

Indagine statistica su acquisti e vendite dei principali prodotti alimentari locali nei Siti di Interesse Nazionale (SIN).

Rosalinda Allegro¹, Davide Carpintieri¹, Cristina Giosuè², Mario Sprovieri³, Daniela Lo Monaco¹
Valentina Cipri¹, Carmelo Bongiorno⁴, Giuseppe Lo Bue¹, Alessandro Altomare¹, Calogero Di Bella¹.

¹ Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Sicilia (IZSSi), Area Sorveglianza Epidemiologica, via G. Marinuzzi 3, 90129 Palermo, Italia

² Consiglio Nazionale delle Ricerche, Istituto per lo Studio degli Impatti Antropici e Sostenibilità in ambiente marino (IAS-CNR), 90149 Palermo, Italia

³ Consiglio Nazionale delle Ricerche, Istituto per lo Studio degli Impatti Antropici e Sostenibilità in ambiente marino (IAS-CNR), 91021 Torretta Granitola, Campobello di Mazara (TP), Italia

⁴ Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Sicilia (IZSSi), Area Approvvigionamenti Economato e Gestione del Patrimonio, via G. Marinuzzi 3, 90129 Palermo, Italy



Sommario

Premessa.....	4
1. Metodologia di indagine	5
2. SIN 1: Acquisti e vendite dei principali prodotti alimentari locali nelle GDO.....	7
2.1 Ricostruzione censuaria dell'universo di riferimento dei PdV della GDO presenti nel territorio di riferimento (SIN1)	7
2.2 Descrizione dei PdV del SIN1 rispondenti all'indagine campionaria condotta con intervista diretta (face to face) ai responsabili commerciali delle GDO.	12
2.3 SIN 1: Risultati dell'indagine campionaria condotta con intervista diretta (face to face) ai responsabili commerciali delle GDO. Acquisti e vendite dei principali prodotti alimentari locali nelle GDO presenti sul territorio.....	13
2.3.1 Le carni.....	13
2.3.2 Le frattaglie	14
2.3.3 I prodotti ittici	15
2.3.4 Latte e derivati	16
2.3.5 Uova	17
2.3.6 Vino	17
2.3.7 Olio.....	17
2.3.8 Frutta secca in guscio.....	17
2.3.9 Legumi.....	18
2.3.10 Ortaggi, verdure e funghi	18
2.3.11 Frutta	19
3. SIN 2: Acquisti e vendite dei principali prodotti alimentari locali nelle GDO.....	20
3.1 Ricostruzione censuaria dell'universo di riferimento dei PdV della GDO presenti nel territorio di riferimento.....	20
3.2 Descrizione dei PdV rispondenti all'indagine campionaria condotta con intervista diretta (face to face) ai responsabili commerciali delle GDO.	25
3.3 SIN 2: Risultati dell'indagine campionaria condotta con intervista diretta (face to face) ai responsabili commerciali delle GDO. Acquisti e vendite dei principali prodotti alimentari locali nelle GDO presenti sul territorio.....	26
3.3.1 Le carni.....	26
3.3.2 Le frattaglie	27
3.3.3 I prodotti ittici	28
3.3.4 Latte e derivati	29
3.3.5 Uova	29
3.3.6 Vino	29
3.3.7 Olio.....	30

3.3.8	Frutta secca in guscio.....	30
3.3.9	Legumi.....	30
3.3.10	Ortaggi, verdure e funghi.....	31
3.3.11	Frutta.....	32
4.	SIN 3: Acquisti e vendite dei principali prodotti alimentari locali nelle GDO.....	33
4.1	Ricostruzione censuaria dell'universo di riferimento dei PdV della GDO presenti nel territorio di riferimento.....	33
4.2	Descrizione dei PdV rispondenti all'indagine campionaria condotta con intervista diretta (face to face) ai responsabili commerciali delle GDO.	37
4.3	SIN 3: Risultati dell'indagine campionaria condotta con intervista diretta (face to face) ai responsabili commerciali delle GDO. Acquisti e vendite dei principali prodotti alimentari locali nelle GDO presenti sul territorio.....	38
4.3.1	Le carni.....	38
4.3.2	Le frattaglie.....	39
4.3.3	I prodotti ittici.....	40
4.3.4	Latte e derivati.....	41
4.3.5	Uova.....	42
4.3.6	Vino.....	42
4.3.7	Olio.....	42
4.3.8	Frutta secca in guscio.....	43
4.3.9	Legumi.....	43
4.3.10	Ortaggi, verdure e funghi.....	44
4.3.11	Frutta.....	45
5.	SIN 1, SIN2 e SIN3, confronto dei risultati dell'indagine campionaria.	45
6.	Conclusioni.....	47
	Bibliografia.....	48
7.	Allegato A – Scheda di intervista.....	49

Premessa

L'indagine nasce dalla collaborazione tra l'Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Sicilia (IZS Sicilia) e l'Istituto per lo Studio degli Impatti Antropici e Sostenibilità in Ambiente Marino del Consiglio Nazionale delle Ricerche (IAS-CNR) nell'ambito del progetto CISAS (Centro Internazionale di Studi Avanzati su Ambiente, Ecosistema e Salute Umana). In CISAS sono state svolte attività indirizzate alla valutazione del rischio sanitario per le popolazioni residenti nelle aree dei Siti di Interesse Nazionale (SIN) di Augusta-Melilli-Priolo (SIN 1), di Milazzo (SIN 2) e di Crotona (SIN 3) caratterizzati da un forte degrado ambientale e da fenomeni di impatto umano di varia origine, sostanzialmente causati dallo sviluppo di importanti attività industriali (Giosuè et al., 2020). In questo scenario, considerati anche i risultati emersi da diversi rapporti sia italiani che Europei (ISMEA, 2019), i quali evidenziano una crescita di vendite dei prodotti di origine locale (certificati con marchi quali ad es. DOP, IGP, ecc.), spesso a km zero, si è ritenuto di fondamentale importanza indagare sul mercato dei prodotti di origine vegetale e animale provenienti dai tre SIN e destinati al mercato locale.

Inoltre, tenendo in considerazione che negli ultimi anni la Grande Distribuzione Organizzata (GDO) ha avviato processi di acquisto e vendita di prodotti locali, prevedendo dei disciplinari di produzione, spesso particolarmente rigidi nel garantire la sicurezza alimentare, l'IZS Sicilia ha ritenuto di notevole importanza realizzare un'indagine esplorativa sui flussi di vendita e acquisti di prodotti freschi locali proprio nell'ambito della GDO, al fine di reperire informazioni più puntuali per implementare le valutazioni sul rischio delle popolazioni residenti nel SIN o nelle aree limitrofe. L'indagine è stata condotta attraverso interviste ai responsabili commerciali delle principali insegne della GDO, identificati su base campionaria nei SIN di Augusta Melilli Priolo, di Milazzo e di Crotona.

Tale indagine ha permesso di reperire informazioni su:

- Consistenza e delle caratteristiche della GDO nel territorio di riferimento;
- Provenienza degli acquisti di prodotti freschi (distinti per categorie merceologiche – alimenti di origine vegetale e animale) effettuati dalla GDO (punti di vendita, PdV, della GDO);
- Caratteristiche dell'acquisto effettuato presso la GDO: prevalenza di prodotti freschi di provenienza locale verso prodotti surgelati e di altra provenienza, ricostruita sulla base delle vendite effettuate dalla GDO (PdV, della GDO).

1. Metodologia di indagine

L'attività è stata articolata in 4 fasi:

1. Preparazione della scheda di intervista per i responsabili delle GDO (allegato A).

Il questionario è stato strutturato in 3 parti:

- Anagrafica punto vendita (Data intervista, Referente, Qualifica, insegna GDO, nome punto vendita, Comune, Indirizzo, Numero dipendenti, m² punto vendita, Fatturato annuo);
- Acquisti dei PdV (x ogni categoria merceologica indagata, totale prodotto acquistato dal PdV, % nazionale e estera, % locale su cui insiste il PdV);
- Vendite dei PdV (x ogni categoria merceologica indagata, totale prodotto acquistato, % nazionale e estera, % locale su cui insiste il PdV).

Le categorie merceologiche considerate sono state le seguenti:

- Carne (bovina, ovina, suina, avicola, coniglio, equina);
- Frattaglie di carne (bovina, ovina, suina, avicola, coniglio, equina);
- Pesce fresco (Catturato, Allevato, Pesce azzurro) e surgelato;
- Molluschi, crostacei, mitili, polpi, seppie, calamari (freschi, surgelati, conservati);
- Uova;
- Latte fresco;
- Yogurt;
- Formaggi freschi o stagionati;
- Vino;
- Olio;
- Frutta secca;
- Legumi (Freschi da lavorare, secchi, Congelati – surgelati, Lavorati pronti al consumo);
- Ortaggi, verdure e funghi (Ortaggi a foglia larga, Ortaggi a stelo/a foglia stretta, Cavolfiori e brassicacea, Erbe aromatiche, Funghi coltivati, Patate, Altri tuberi);
- Cereali (frumento, orzo mais, etc);
- Frutta (Frutta grande, Frutta piccola).

2. Analisi desk, avente come obiettivo la valutazione della consistenza della GDO nel territorio di riferimento e l'individuazione delle principali caratteristiche. Tale analisi è stata effettuata in due step:

- Ricostruzione censuaria (da fonti primarie o secondarie accreditate) dell'universo di riferimento dei PdV (punti di vendita) della GDO presenti nel territorio di riferimento.

Per ciascun PdV sono state fornite le seguenti informazioni:

- Indirizzo
 - Canale
 - Super-centrale
 - Centrale
 - Gruppo
 - Insegna
 - Superficie
 - N° Casse
- Ricostruzione (da fonti primarie o secondarie accreditate) del fatturato/m² o fatturato/cassa di ciascuna insegna, al fine di fornire una stima attendibile del fatturato di ciascun PdV analizzato;
3. Indagine sul campo condotta con l'ausilio di interviste face to face con metodo CAPI¹, nei Comuni su cui insistono i SIN interessati allo studio (tre aree di studio di Augusta, Milazzo e Crotona) per un totale di 120 interviste² (commissionate alla Focus Marketing) basate sul questionario (Allegato A).
4. Elaborazione e analisi dei dati.

¹ CAPI è un metodo di raccolta dati faccia a faccia in cui l'intervistatore utilizza un dispositivo portatile (tablet, telefono cellulare o computer) per registrare le risposte fornite durante l'intervista (De Leeuw et al., 1995). Gli strumenti CAPI aiutano a ridurre l'errore umano nella raccolta e nell'inserimento dei dati (Caeyers et al., 2012).

² Campione di responsabili dei PdV delle insegne GDO operanti nei seguenti comuni:

- Nella provincia di Siracusa (SIN 1): Lentini, Carlentini, Augusta, Melilli, Priolo Gargallo, Solarino, Florida, Canicattini Bagni e Avola.
- Nella provincia di Messina (SIN 2): Terme Vigliatore, Barcellona Pozzo di Gotto, Milazzo, Pace del Mela, S. Filippo del Mela, Spadafora, Villafranca Tirrena;
- Nella provincia di Crotona (SIN 3): Crotona, Torretta, Torre Melissa, Tronca, Isola di Capo Rizzuto, Le Castella, Botricello e Steccato di Cutro.

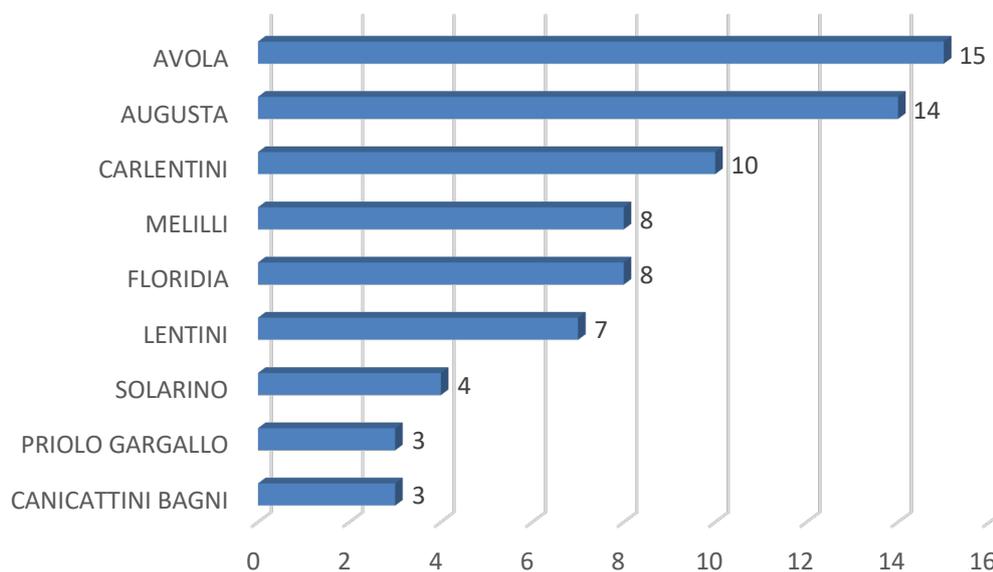
2. SIN 1: Acquisti e vendite dei principali prodotti alimentari locali nelle GDO

Il SIN 1 ricade nella provincia di Siracusa e comprende i comuni di Lentini, Carlentini, Augusta, Melilli, Priolo Gargallo, Solarino, Florida, Canicattini Bagni e Avola.

2.1 Ricostruzione censuaria dell'universo di riferimento dei PdV della GDO presenti nel territorio di riferimento (SIN1)

In totale, dall'analisi desk è emersa la presenza di 72 PdV nell'universo dei Punti di Vendita delle GDO che insistono sul SIN 1, distribuiti nei vari comuni come mostra la figura 1.

Figura 1 Distribuzione dei PdV nella provincia di Siracusa per comune di pertinenza



Le insegne GDO presenti sul territorio sono le seguenti:

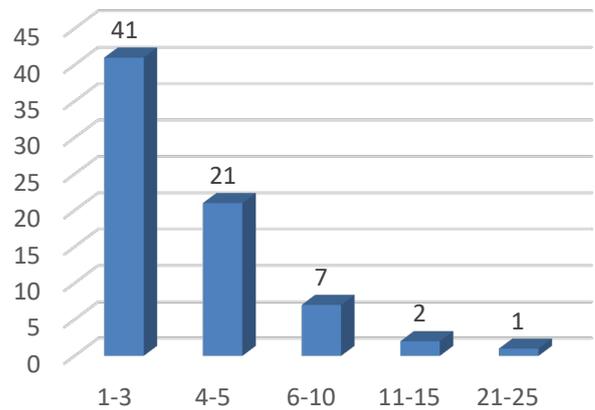
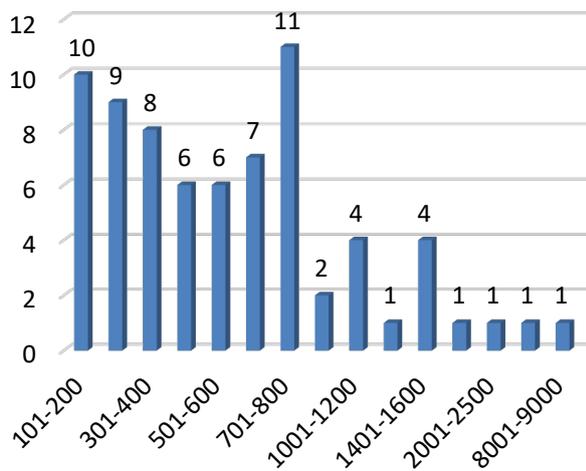
- ARD DISCOUNT
- AUCHAN
- CONAD
- CONAD CITY
- CONAD SUPERSTORE
- CRAI
- CRAI EXTRA
- DECO' SUPERSTORE
- DESPAR
- EUROSPIN
- FAMILA
- FORTE DISCOUNT
- INTERSPAR
- IPERSIMPLY
- LIDL
- MAXILIKE
- MD
- N. D.
- PELLICANO
- PENNY
- QUICK
- SIMPATIA CRAI
- SIMPLY CITY
- SISA
- SPACCIO ALIMENTARI

Dalle informazioni emerse, i 72 PdV occupano una superficie totale di m² 54.059 e, in media, ogni PdV ha un'ampiezza di 751 m² (tab. 1). Nella maggior parte dei casi i PdV occupano una superficie al più di 600 m² (fig. 2a) e il 56,9% conta la presenza al massimo di 3 casse (il 29,2% da 4 a 5 casse, fig. 2b).

Tabella 1 Distribuzione dei PdV per numero di punti vendita registrati nell'anagrafica (con informazioni su Totale m² e numero di casse riportati su anagrafica) e rilevati dall'indagine

Insegne presenti	PdV rilevati	N° PdV in Anagrafica	Totale m ² da anagrafica	Totale casse
ARD DISCOUNT	8	8	4260	32
AUCHAN	0	1	8500	25
CONAD	3	3	1890	11
CONAD CITY	3	3	890	6
CONAD SUPERSTORE	1	1	1100	10
CRAI	19	20	10574	82
CRAI EXTRA	1	1	1180	5
DECO' SUPERSTORE	1	1	1510	10
DESPAR	1	1	110	3
EUROSPIN	6	6	5960	35
FAMILA	0	1	1600	10
FORTE DISCOUNT	1	2	740	6
INTERSPAR	0	1	3000	15
IPERSIMPLY	1	1	2200	15
LIDL	2	2	1240	10
MAXILIKE	0	1	500	3
MD	1	1	510	3
N. D.	0	2	1200	6
PELLICANO	1	1	240	3
PENNY	4	4	2855	18
QUICK	1	1	120	3
SIMPATIA CRAI	3	3	400	9
SIMPLY CITY	1	1	420	5
SISA	5	5	1460	15
SPACCIO ALIMENTARI	0	1	1600	10
Totale	63	72	54059	350

Figura 2a Distribuzione dei PdV registrati nell'anagrafica di Siracusa per m² occupati (a) e casse presenti (b)

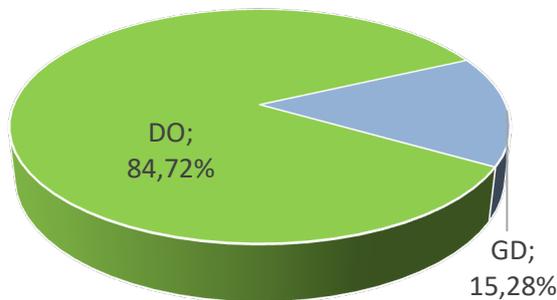


a)

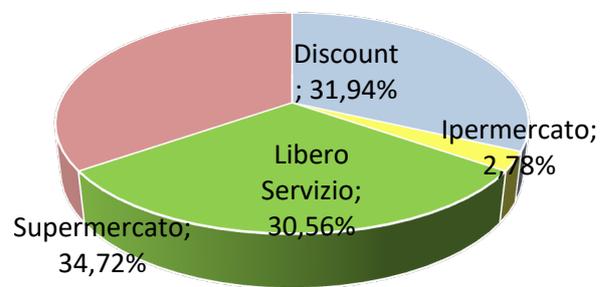
b)

I PdV del SIN 1 appartengono principalmente alla *Distribuzione Organizzata (DO)* (84,7%) e il 15,3% alla *Grande Distribuzione (GD)* (fig. 3a), e sono classificati come *Supermercati* nel 34,7% dei casi, come *Discount* nel 31,4% e come *Libero Servizio* nel 30,6%. Scarsa la rappresentanza di *Ipermercati* (solo 2 PdV sul territorio, fig. 3b).

Figura 3 Distribuzione dei PdV per tipo di canale distributivo³(a) e tipologia⁴(b)



a)



b)

³ La GD prevede grosse strutture centrali controllate da un unico soggetto proprietario, che gestiscono punti di vendita quasi sempre diretti. Gli attori più importanti sul mercato Italiano sono attualmente Coop, Esselunga, Billa, Carrefour, Auchan, MD, Pam Panorama, Bennet, Eurospin.

La DO (altrimenti detta DA - Distribuzione Associata), invece, prevede la aggregazione di piccoli soggetti secondo la logica de l'unione fa la forza: sono catene di distribuzione che si costituiscono grazie ad accordi di associazione tra commercianti, come consorzi e cooperative di consumo

⁴ I canali di vendita della grande distribuzione sono i seguenti:

- Ipermercato: struttura con un'area di vendita al dettaglio superiore ai 2.500 m²
- Supermercato: struttura con un'area di vendita al dettaglio che va dai 400 m² ai 2.500 m².
- Libero Servizio: struttura con un'area di vendita al dettaglio che va dai 100 m² ai 400 m²
- Discount: struttura in cui l'assortimento non prevede la presenza di prodotti di marca.
- Cash and carry: struttura riservata alla vendita all'ingrosso.
- Tradizionali: negozi che vendono prodotti di largo consumo di superficie inferiore ai 100 m²
- Self Service Specialist Drug: negozi che vendono principalmente prodotti per la cura della casa e della persona.

In 63 PdV su 72 del territorio del SIN 1, si è potuto rilevare/stimare* il fatturato dei PdV (tab.2).

Tabella 2 Informazioni sul fatturato delle Insegne GDO

Insegne presenti	PdV rilevati	N° PdV in Anagrafica	Fatturato rilevato in €	m ² PdV rilevati	Fatturato per m ² rilevato in €	Totale m ² da anagrafica	Fatturato complessivo in €	Totale casse	Fatturato per casse in €
ARD DISCOUNT	8	8	52.720.000	4260	12.376	4260	52.720.000	32	1.647.500,00
CONAD	3	3	14.300.000	1890	7.566	1890	14.300.000	11	1.300.000,00
CONAD CITY	3	3	5.620.000	890	6.315	890	5.620.000	6	936.666,67
CONAD SUPERSTORE	1	1	6.200	1100	6	1100	6.200	10	620,00
CRAI	19	20	67.360.000	10174	6.621	10574	70.008.319*	82	853.759,99
CRAI EXTRA	1	1	6.150.000	1180	5.212	1180	6.150.000	5	1.230.000,00
DECO' SUPERSTORE	1	1	8.500.000	1510	5.629	1510	8.500.000	10	850.000,00
DESPAR	1	1	1.100.000	110	10.000	110	1.100.000	3	366.666,67
EUROSPIN	6	6	60.960.000	5960	10.228	5960	60.960.000	35	1.741.714,29
FORTE DISCOUNT	1	2	1.480.000	240	6.167	740	4.563.333*	6	760.555,56
IPERSIMPLY	1	1	15.200.000	2200	6.909	2200	15.200.000	15	1.013.333,33
LIDL	2	2	26.080.000	1240	21.032	1240	26.080.000	10	2.608.000,00
MD	1	1	2.800.000	510	5.490	510	2.800.000	3	933.333,33
PELLICANO	1	1	1.350.000	240	5.625	240	1.350.000	3	450.000,00
PENNY	4	4	95.830.000	2855	33.566	2855	95.830.000	18	5.323.888,89
QUICK	1	1	1.200.000	120	10.000	120	1.200.000	3	400.000,00
SIMPATIA CRAI	3	3	3.500.000	400	8.750	400	3.500.000	9	388.888,89
SIMPLY CITY	1	1	6.200.000	420	14.762	420	6.200.000	5	1.240.000,00
SISA	5	5	7.830.000	1460	5.363,01	1460	7.830.000	15	522.000,00
Totale	63	72	378.186.200	36759		54059	383.917.853	281	

*Per tale insegna, il valore riportato è stato stimato dal fatturato per m² calcolato sui PdV rilevati

L'insegna GDO con il fatturato più alto è risultata essere PENNY che, sul SIN 1, conta 4 PdV, a seguire CRAI con 20 PdV, EUROSPIN con 6 PdV, ARD DISCOUNT con 8 PdV, LIDL con 2 PdV e via via, distanziati da 10.000.000 di euro e oltre, tutti gli altri (fig. 4).

Depurando il fatturato complessivo dal peso della superficie occupata dalle diverse insegne GDO e dal numero di casse presenti, le figure 5 e 6, mostrano, per ogni insegna, il fatturato per m² e per cassa. Come è possibile notare, ad avere il fatturato per m² e per casse notevolmente più alto rispetto alle altre insegne è stata l'insegna PENNY, a seguire a notevole distanza, LIDL e via via tutte le altre. Il fatturato più basso è stato registrato per CONAD SUPERSTORE, ma il dato mostra una palese anomalia (i dati sul fatturato sono condizionati dal fatto che il fatturato riportato non è stato fornito su base annuale).

Figura 4 Distribuzione delle insegne GDO in relazione al fatturato complessivo (in migliaia di €)

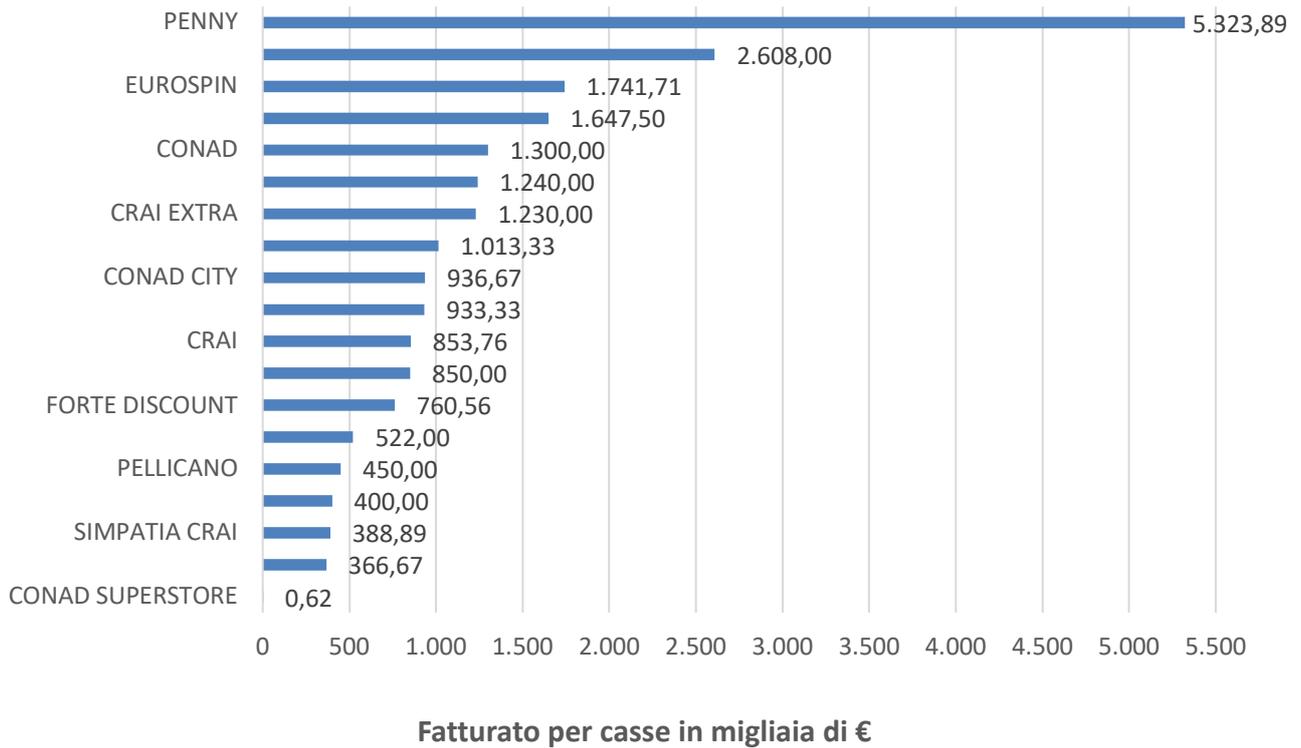
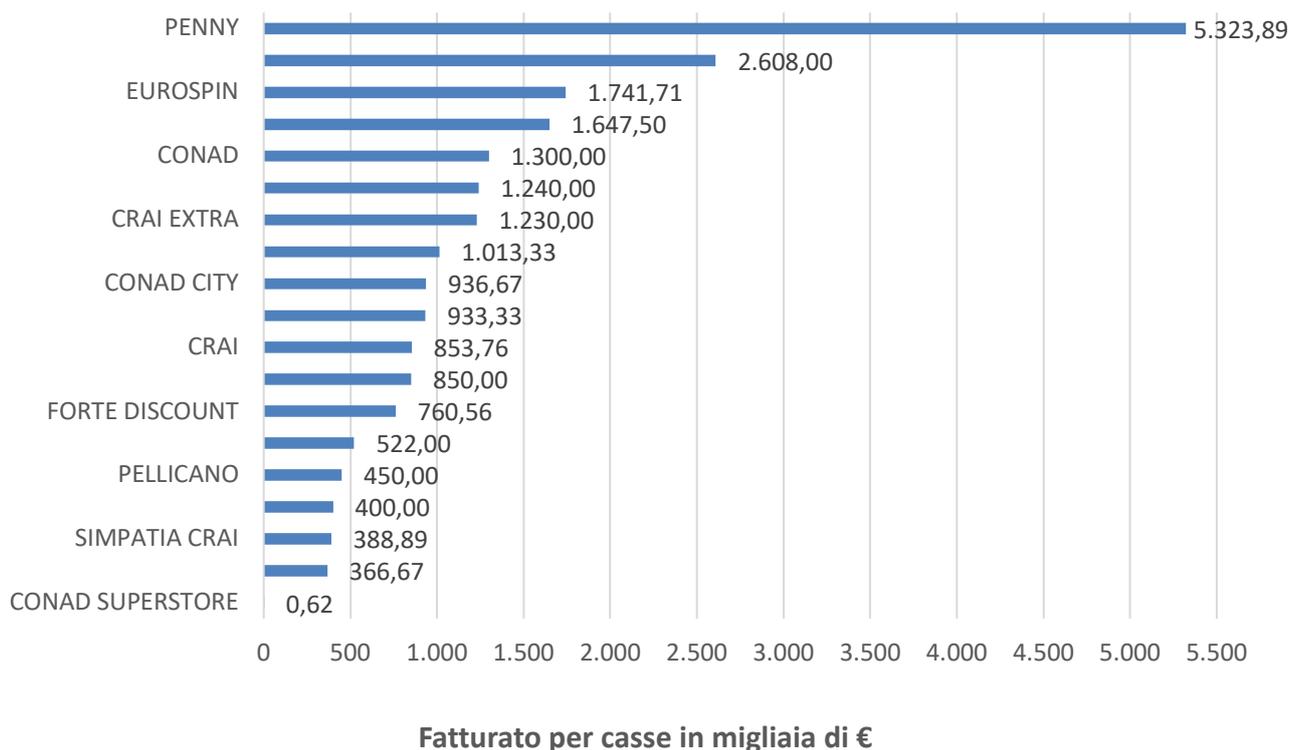


Figura 5 Distribuzione delle insegne GDO in relazione al fatturato per m² di superficie occupata (in migliaia di €)



Figura 6 Distribuzione delle insegne GDO in relazione al fatturato per cassa (in migliaia di €)



2.2 Descrizione dei PdV del SIN1 rispondenti all'indagine campionaria condotta con intervista diretta (face to face) ai responsabili commerciali delle GDO.

Per quanto concerne il SIN 1, 63 referenti di altrettanti PdV hanno risposto all'indagine (tab. 3). Ad eccezione dei PdV del comune di Canicattini Bagni che non hanno risposto all'indagine, sono stati registrati alti tassi di risposta per i PdV di tutti i comuni, con un tasso di risposta complessivo di 0,88 nel SIN 1 (tab. 3).

Tabella 3 Distribuzione dei PdV (referenti intervistati) per insegna della GDO di appartenenza e localizzazione su territorio

Comune	N° PdV rispondenti	% totale	N° PdV presenti in SIN 1	tasso di risposta
AUGUSTA	12	19,05	14	0,86
AVOLA	12	19,05	15	0,80
CANICATTINI BAGNI	0	--	3	-
CARLENTINI	10	15,87	10	1,00
FLORIDIA	8	12,70	8	1,00
LENTINI	7	11,11	7	1,00
MELILLI	7	11,11	8	0,88
PRIOLO GARGALLO	3	4,76	3	1,00
SOLARINO	4	6,35	4	1,00
Totale	63	100,00	72	0,88

In relazione ad alcune variabili, numero dipendenti PdV, m² occupati dal PdV e fatturato annuale dei PdV, sono state calcolate le statistiche descrittive (tab. 4).

Tabella 4 Valori di sintesi per alcune caratteristiche dei PdV rispondenti

Caratteristiche	N rispondenti	Mean	StDev	Minimum	Median	Maximum
N. dipendenti	60	6,483	2,143	4	6	12
m² PdV	63	573,1	452,4	110	504	2200
Fatturato annuale in €	63	6.134.127	7.557.003	500.000	2.800.000	37.150.000

2.3 SIN 1: Risultati dell'indagine campionaria condotta con intervista diretta (face to face) ai responsabili commerciali delle GDO. Acquisti e vendite dei principali prodotti alimentari locali nelle GDO presenti sul territorio

Tramite la scheda di intervista, per le diverse matrici alimentari, si è indagato sui quantitativi di prodotto acquistati e venduti dai diversi PdV e sulla quota di prodotto locale (per locale si intende, nello specifico, proveniente dai comuni del SIN 1 su cui ricade il PdV) commercializzato. Nei paragrafi successivi sono riportati i valori di sintesi osservati per le diverse matrici alimentari.

2.3.1 Le carni

Per quanto concerne le carni, si è osservato che, a prescindere dalla tipologia di carne (bovina, ovina, suina, avicola, cunicola e equina, tab. 5), quasi tutto il quantitativo commercializzato nei PdV è acquistato dal consumatore e, in media, nei PdV in cui il prodotto è commercializzato, circa il 40% del prodotto acquistato dai consumatori è di origine locale.

Tabella 5 Valori di sintesi di acquisti e vendite di carne nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Carne bovina (kg)	63	14179	9219	1500	13000	45000
	carne bovina, % locale	63	42,06	19,85	0	40	80
vendite dei PdV	Carne bovina (kg)	63	12551	8299	1400	11200	42000
	carne bovina, % locale	63	39,52	24,26	0	30	90
acquisti dei PdV	Carne ovina (kg)	63	5617	5906	800	4200	32000
	carne ovina, % locale	63	42,22	19,87	0	40	80
vendite dei PdV	Carne ovina (kg)	63	4876	5463	700	3500	30000
	carne ovina, % locale	63	38,73	23,93	0	30	90
acquisti dei PdV	Carne suina (kg)	63	6002	6351	580	4600	30000
	carne suina, % locale	63	42,7	19,11	0	40	80
vendite dei PdV	Carne suina (kg)	63	5313	5594	490	4000	25000
	carne suina, % locale	63	39,37	23,06	0	30	90

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Carne avicola (kg)	46	4175	5414	600	3000	25000
	carne avicola, % locale	46	46,09	18,79	10	40	80
vendite dei PdV	Carne avicola (kg)	46	3609	4724	500	2800	21000
	carne avicola, % locale	46	43,7	23,41	10	35	90
acquisti dei PdV	Carne coniglio (kg)	46	3095	3460	500	2000	15000
	carne coniglio, % locale	46	44,78	19,18	10	40	80
vendite dei PdV	Carne coniglio (kg)	46	2630	2840	450	1800	13000
	carne coniglio, % locale	46	42,39	23,4	10	30	90
acquisti dei PdV	Carne equina	46	2742	2909	400	1950	12000
	carne equina, % locale	46	44,57	19,63	0	40	80
vendite dei PdV	Carne equina (kg)	46	2339	2504	300	1600	10000
	carne equina, % locale	46	42,61	24,35	0	35	90

2.3.2 Le frattaglie

Quanto riscontrato per le carni, si riflette anche nella commercializzazione delle frattaglie: a prescindere dalla tipologia di frattaglie (bovina, ovina, suina, avicola, cunicola e equina, tab. 6), quasi tutto il quantitativo commercializzato nei PdV è stato acquistato dal consumatore e, in media, oltre il 45% del prodotto acquistato dai consumatori è stato di origine locale (le percentuali di prodotto locale venduto variano dal 45,9% relativo alle frattaglie ovine, al 49,4% delle frattaglie avicole).

Tabella 6 Valori di sintesi di acquisti e vendite di frattaglie nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Frattaglie bovine (kg)	36	764	750	100	600	3000
	frattaglie bovine, % locale	36	47,22	19,94	0	45	80
vendite dei PdV	Frattaglie bovine (kg)	36	634	622	80	500	2700
	frattaglie bovine, % locale	34	46,76	24,46	0	45	80
acquisti dei PdV	Frattaglie ovine (kg)	33	587	608	100	500	2500
	frattaglie ovine, % locale	33	47,58	20,77	0	50	80
vendite dei PdV	Frattaglie ovine (kg)	33	474,5	500,4	80	370	2000
	frattaglie ovine, % locale	32	45,94	24,21	0	40	80
acquisti dei PdV	Frattaglie suine (kg)	34	835	845	100	700	3800
	frattaglie suine, % locale	34	48,82	18,71	10	50	80
vendite dei PdV	Frattaglie suine (kg)	34	728	764	70	600	3200
	frattaglie suine, % locale	33	48,18	22,97	10	50	80
acquisti dei PdV	Frattaglie avicole (kg)	31	661	492,1	100	650	2000
	frattaglie avicole, % locale	31	48,71	19,45	10	50	80
vendite dei PdV	Frattaglie avicole (kg)	31	565,2	435,8	70	500	1900
	frattaglie avicole, % locale	31	49,35	24,07	10	40	80

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Frattaglie coniglio (kg)	29	621	536,7	100	500	2500
	frattaglie coniglio, % locale	29	50,34	18,61	10	50	80
vendite dei PdV	Frattaglie coniglio (kg)	29	519	453,6	70	450	2000
	frattaglie coniglio, % locale	29	48,97	23,96	10	40	80
acquisti dei PdV	Frattaglie equine	32	655	711	100	500	3000
	frattaglie equine, % locale	32	48,75	19,13	10	50	80
vendite dei PdV	Frattaglie equine (kg)	32	534	606	70	460	2500
	frattaglie equine, % locale	32	48,44	23,84	10	40	80

2.3.3 I prodotti ittici

Per quanto riguarda la commercializzazione dei prodotti ittici, è stato riscontrato che quasi tutto il quantitativo commercializzato nei PdV è acquistato dal consumatore. Relativamente al pesce fresco catturato, pesce azzurro e pesce surgelato sono state osservate percentuali medie di prodotto locale venduto dai PdV intorno al 40% mentre, notevolmente più alta, 60%, è la percentuale di pesce allevato, proveniente dal SIN 1, venduta dai PdV (tab 7). Se si osservano le percentuali di prodotto locale venduta dai PdV relativamente a molluschi, crostacei, mitili, polpi, seppie, calamari (freschi, surgelati e conservati), si notano percentuali medie di prodotto locale tra il 54 e il 60% (tab. 7).

Tabella 7 Valori di sintesi di acquisti e vendite di prodotti ittici nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Pesce fresco catturato (kg)	8	6025	3077	1000	7250	9000
	Pesce fresco catturato, % locale	8	48,75	15,53	30	50	70
vendite dei PdV	Pesce fresco catturato (kg)	8	5038	2730	800	6250	7800
	Pesce fresco catturato, % locale	8	43,75	27,22	10	35	90
acquisti dei PdV	Pesce fresco allevato (kg)	6	4117	2536	1000	3900	7900
	Pesce fresco allevato, % locale	6	61,67	18,35	40	60	90
vendite dei PdV	Pesce fresco allevato (kg)	6	3483	2272	1000	2950	7200
	Pesce fresco allevato, % locale	6	60	27,6	30	55	100
acquisti dei PdV	Pesce azzurro(kg)	6	2667	1326	1200	2450	4400
	Pesce azzurro, % locale	6	48,33	13,29	30	50	70
vendite dei PdV	Pesce azzurro (kg)	6	2317	1132	1200	2150	4000
	Pesce azzurro, % locale	6	41,67	23,17	10	40	80
acquisti dei PdV	Pesce surgelato(kg)	2	2000	0	2000	2000	2000
	Pesce surgelato, % locale	3	43,33	11,55	30	50	50
vendite dei PdV	Pesce surgelato (kg)	2	1900	141	1800	1900	2000

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
	Pesce surgelato, % locale	3	40	10	30	40	50
acquisti dei PdV	Molluschi, etc. freschi (kg)	63	4152	4253	300	3200	16000
	Molluschi, etc. freschi, % locale	63	54,13	18,63	10	50	90
vendite dei PdV	Molluschi, etc. freschi (kg)	63	3401	3570	250	2800	15000
	Molluschi, etc. freschi, % locale	63	53,97	24,07	10	50	100
acquisti dei PdV	Molluschi, etc. surgelati (kg)	63	6584	8410	700	4000	40000
	Molluschi, etc. surgelati, % locale	63	55,87	17,93	10	60	80
vendite dei PdV	Molluschi, etc. surgelati (kg)	63	5636	7251	600	3800	38000
	Molluschi, etc. surgelati, % locale	63	55,87	22,48	10	60	90
acquisti dei PdV	Molluschi, etc. congelati (kg)	63	6579	8538	800	4000	40000
	Molluschi, etc. congelati, % locale	63	57,94	17,7	10	60	90
vendite dei PdV	Molluschi, etc. congelati (kg)	63	5810	7513	700	3500	32000
	Molluschi, etc. congelati, % locale	63	59,68	20,4	10	60	90

2.3.4 Latte e derivati

Mediamente, per il latte fresco, lo yogurt e i formaggi è stata osservata una percentuale di prodotto proveniente dal SIN1 e venduto dai PdV intorno al 30-35% (tab. 8).

Tabella 8 Valori di sintesi di acquisti e vendite di latte e derivati nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Latte fresco (l)	63	14889	11641	1200	15000	50000
	Latte fresco, % locale	63	33,81	15,91	0	30	80
vendite dei PdV	Latte fresco (l)	63	12875	10092	1000	12000	48000
	Latte fresco, % locale	63	31,27	17,91	0	30	90
acquisti dei PdV	Yogurt(kg)	63	7868	6191	1800	6800	30000
	Yogurt, % locale	63	37,94	15,98	10	40	80
vendite dei PdV	Yogurt (kg)	63	6948	5283	1600	6000	22000
	Yogurt, % locale	63	35,08	17,59	10	30	80
acquisti dei PdV	Formaggi (kg)	63	5835	7451	1100	3000	30000
	Formaggi, % locale	63	36,83	16,93	0	40	80
vendite dei PdV	Formaggi (kg)	63	4981	6237	1000	2800	27000
	Formaggi, % locale	63	34,92	18,74	0	30	80

2.3.5 Uova

In media, il 30,8% delle uova vendute dai PdV proviene dal territorio del SIN di appartenenza (tab. 9).

Tabella 9 Valori di sintesi di acquisti e vendite di uova nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Uova(kg)	63	2800	3779	130	1000	15000
	Uova, % locale	63	35,08	15,54	10	30	80
vendite dei PdV	Uova (kg)	63	2348	3192	120	800	12000
	Uova, % locale	62	30,81	17,49	0	30	90

2.3.6 Vino

L'indagine ha evidenziato che in media, il 38,1% del vino venduto dai PdV proviene dal territorio del SIN di appartenenza (tab. 10).

Tabella 10 Valori di sintesi di acquisti e vendite di vino nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Vino (l)	63	13768	11495	1300	11000	60000
	Vino, % locale	63	41,59	13,22	10	40	80
vendite dei PdV	Vino (l)	63	11525	9386	1200	10000	50000
	Vino, % locale	63	38,1	15,22	10	40	80

2.3.7 Olio

In media, il 39,2% dell'olio venduto dai PdV proviene dal territorio del SIN di appartenenza (tab. 11).

Tabella 11 Valori di sintesi di acquisti e vendite di olio nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Olio (l)	62	9032	8625	1300	7350	45000
	Olio, % locale	62	41,45	13,77	10	40	80
vendite dei PdV	Olio (l)	62	8042	7600	1000	6550	40000
	Olio, % locale	61	39,18	15,2	10	40	80

2.3.8 Frutta secca in guscio

Per quanto concerne la frutta secca in guscio, i PdV del SIN1 acquistano per la commercializzazione principalmente nel mercato locale (l'87,5% del prodotto acquistato dai PdV per la commercializzazione è locale, tab. 12). Se osserviamo il venduto, in media, l'88,8% proviene dal mercato locale (tab. 12).

Tabella 12 Valori di sintesi di acquisti e vendite di frutta secca in guscio nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Frutta secca in guscio(kg)	58	3947	3759	1000	3000	18000
	Frutta secca in guscio, % locale	60	87,5	6,277	50	90	90
vendite dei PdV	Frutta secca in guscio (kg)	58	3233	2895	800	2700	15000
	Frutta secca in guscio, % locale	59	88,81	6,97	40	90	100

2.3.9 Legumi

Ad eccezione dei legumi congelati e quelli lavorati pronti al consumo, per cui si sono registrate percentuali inferiori di prodotto venduto proveniente dal territorio locale (61,3% e 68,9% rispettivamente, tab. 13), per i legumi freschi e secchi la percentuale di prodotto locale venduto supera in media l'80% (tab. 13).

Tabella 13 Valori di sintesi di acquisti e vendite di legumi nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	legumi freschi da lavorare (kg)	25	4994	9038	300	1000	30000
	legumi freschi da lavorare, % locale	29	79,31	18,89	30	90	90
vendite dei PdV	legumi freschi da lavorare (kg)	25	3878	7508	200	800	25000
	legumi freschi da lavorare, % locale	29	81,38	20,65	20	90	100
acquisti dei PdV	Legumi secchi (kg)	63	4064	5022	330	3000	25000
	Legumi secchi, % locale	63	88,10	3,96	80	90	90
vendite dei PdV	Legumi secchi (kg)	63	3300	4322	300	2300	20000
	Legumi secchi, % locale	63	89,52	2,80	80	90	100
acquisti dei PdV	Legumi congelati (kg)	63	3203	3121	150	2700	15000
	Legumi congelati, % locale	63	60,63	20,15	30	50	90
vendite dei PdV	Legumi congelati (kg)	63	2681	2573	80	2100	12000
	Legumi congelati, % locale	63	61,27	24	20	50	90
acquisti dei PdV	legumi lavorati pronti al consumo (kg)	7	3226	2466	80	2700	7000
	legumi lavorati pronti al consumo, % locale	9	66,67	25,5	20	80	90
vendite dei PdV	legumi lavorati pronti al consumo (kg)	7	1894	1605	60	1700	4000
	legumi lavorati pronti al consumo, % locale	9	68,89	27,13	20	90	90

2.3.10 Ortaggi, verdure e funghi

In media, circa il 33% degli ortaggi a foglia larga venduto nei PdV del SIN1 proviene dal territorio locale (tab. 14). La stessa percentuale per gli ortaggi a foglia stretta è del 34,1%, per i cavolfiori e le brassicacee è del 32,5%, per le erbe aromatiche è del 35,7% (tab. 14). Percentuali più alte si osservano per funghi coltivati (43,5%), patate (49,4%) e altri tuberi (48,6%) (tab. 14).

Tabella 14 Valori di sintesi di acquisti e vendite di ortaggi, verdure e funghi nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Ortaggi a foglia larga (Kg)	63	769	858	100	500	4500
	Ortaggi a foglia larga, % locale	63	38,25	14,76	0	40	70
vendite dei PdV	Ortaggi a foglia larga (Kg)	63	635,9	725,5	80	400	4000
	Ortaggi a foglia larga, % locale	63	33,17	16,25	0	30	70
acquisti dei PdV	Ortaggi a foglia stretta (Kg)	63	732,4	699,6	100	500	2800
	Ortaggi a foglia stretta, % locale	63	37,94	14,72	0	40	70
vendite dei PdV	Ortaggi a foglia stretta (Kg)	63	612,2	604,4	50	400	2500
	Ortaggi a foglia stretta, % locale	63	34,13	16,62	0	40	70
acquisti dei PdV	Cavolfiori e brassicacea (Kg)	63	580,8	560,6	40	400	2200
	Cavolfiori e brassicacea, % locale	63	37,78	14,75	0	40	70
vendite dei PdV	Cavolfiori e brassicacea (Kg)	63	450,2	417	30	350	2000
	Cavolfiori e brassicacea, % locale	63	32,54	15,45	0	30	70
acquisti dei PdV	Erbe aromatiche (Kg)	59	309,8	253,4	80	250	1200
	Erbe aromatiche, % locale	60	41	17,14	0	40	80
vendite dei PdV	Erbe aromatiche (Kg)	59	252,2	224,3	50	150	1000
	Erbe aromatiche, % locale	62	35,65	18,7	0	40	80
acquisti dei PdV	Funghi coltivati (Kg)	63	2280	2308	120	1800	10000
	Funghi coltivati, % locale	63	45,71	21,83	0	50	90
vendite dei PdV	Funghi coltivati (Kg)	63	1899	1997	100	1500	8000
	Funghi coltivati, % locale	63	43,49	24,57	0	40	90
acquisti dei PdV	Patate (Kg)	63	8108	7390	1000	6500	30000
	Patate, % locale	63	50,63	23,75	0	50	90
vendite dei PdV	Patate (Kg)	63	6814	6049	800	5500	25000
	Patate, % locale	63	49,37	27,53	0	50	90
acquisti dei PdV	Altri tuberi (Kg)	44	816	784	50	600	4000
	Altri tuberi, % locale	44	51,14	23,94	0	50	90
vendite dei PdV	Altri tuberi (Kg)	44	615,7	564,3	40	475	3200
	Altri tuberi, % locale	44	48,64	27,67	0	50	90

2.3.11 Frutta

Se si osserva la commercializzazione della frutta, a prescindere dalla tipologia, in media, circa il 38% del prodotto venduta dai PdV è locale (tab. 15).

Tabella 15 Valori di sintesi di acquisti e vendite di frutta nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Frutta grande (Kg)	63	8086	7940	1500	5500	35000
	Frutta grande, % locale	63	37,94	16,67	0	40	70
vendite dei PdV	Frutta grande (Kg)	63	6883	6836	1200	4600	30000
	Frutta grande, % locale	63	35,4	18,12	0	30	80

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Frutta piccola (Kg)	63	8116	8491	1200	6200	42000
	Frutta piccola, % locale	63	37,94	16,67	0	40	70
vendite dei PdV	Frutta piccola (Kg)	63	6951	7136	1000	5300	37000
	Frutta piccola, % locale	63	35,24	17,95	0	30	80

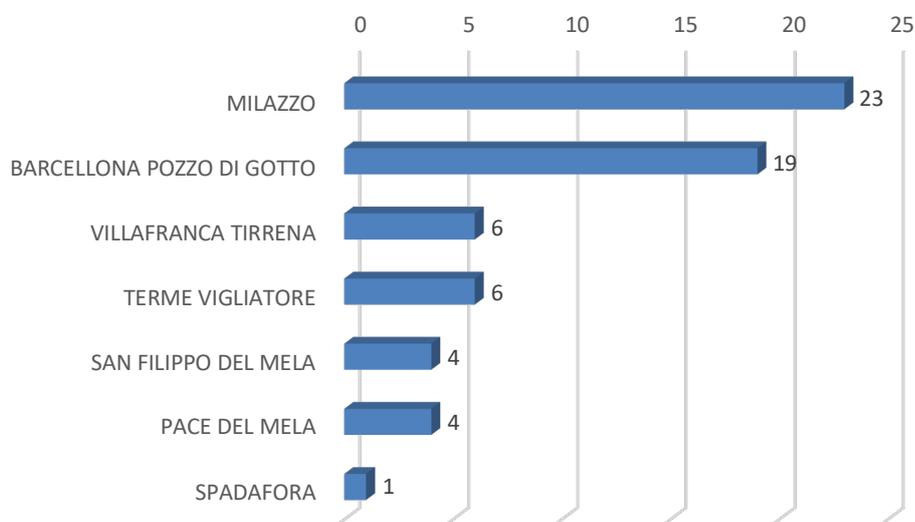
3. SIN 2: Acquisti e vendite dei principali prodotti alimentari locali nelle GDO

Il SIN 2 ricade nella provincia di Messina e comprende i comuni di Terme Vigliatore, Barcellona Pozzo di Gotto, Milazzo, Pace del Mela, S. Filippo del Mela, Spadafora, Villafranca Tirrena.

3.1 Ricostruzione censuaria dell'universo di riferimento dei PdV della GDO presenti nel territorio di riferimento

In totale, dall'analisi desk tendente a ricostruire la consistenza della GDO nel territorio di riferimento e le sue principali caratteristiche, si evince la presenza di 63 PdV nell'universo dei Punti Vendita delle GDO che insistono sul SIN 2, distribuiti nei vari comuni come mostra la figura 7.

Figura 7 Distribuzione dei PdV nella provincia di Messina per comune di pertinenza



Le insegne presenti sul territorio sono le seguenti:

- ARD DISCOUNT
- CARREFOUR EXPRESS
- CONAD
- CRAI
- DECO' SUPERMERCATI
- DESPAR
- EUROSPAR
- EUROSPIN
- FAMILA SUPERSTORE
- INTERSPAR
- IPERCOOP
- IPERSIMPLY
- LIDL
- MAXI SIDIS
- MD
- MERCATI ALIMENTARI
- MERSI SUPERMERCATI
- PUNTO SIMPLY
- SIDIS
- SIGMA
- SISA
- SPACCIO ALIMENTARI
- N.D.

Dalle informazioni emerse, i 63 PdV occupano una superficie totale di 47.830 m² e, in media, ogni PdV occupa, 759 m² (tab. 16). Nella maggior parte dei casi i PdV occupano una superficie inferiore o uguale a 500 m² (fig. 8a), e il 65,1% conta al massimo la presenza di 3 casse (il 15,9% da 4 a 5 casse, fig. 8b).

I PdV che insistono sul territorio del SIN 2 appartengono principalmente alla *Distribuzione Organizzata (DO)* (79,4%) e il 20,6% alla *Grande Distribuzione (GD)* (fig. 9a). I PdV che insistono sul territorio del SIN 2 sono classificati come *Supermercati* nel 39,7% dei casi, come *Libero Servizio* nel 32,8% e come *Discount* nel 22,4%. Scarsa la rappresentanza di Ipermercati (solo 3 PdV sul territorio, fig. 9b)⁵.

⁵ L'anagrafica contiene informazioni sulla tipologia relativamente a 58 PdV su 63. Su 5 PdV non si conosce la tipologia

Tabella 16 Distribuzione dei PdV per numero di punti vendita registrati nell'anagrafica (con informazioni su Totale m² e numero di casse riportati su anagrafica) e rilevati dall'indagine

Insegne presenti	PV rilevati	N° pv in Anagrafica	Totale m ² da anagrafica	Totale casse
ARD DISCOUNT	6	7	3600	23
CARREFOUR EXPRESS	1	1	1180	18
CONAD	1	1	550	5
CRAI	2	2	840	4
DECO' SUPERMERCATI	6	6	1470	18
DESPAR	2	3	700	9
EUROSPAR	1	2	1400	15
EUROSPIN	0	3	3000	20
FAMILA SUPERSTORE	0	1	4000	20
INTERSPAR	0	1	3500	10
IPERCOOP	0	1	6000	30
IPERSIMPLY	0	1	2500	20
LIDL	0	2	2600	20
MAXI SIDIS	9	10	5690	39
MD	1	1	730	3
MERCATI ALIMENTARI	0	1	2500	10
MERSI SUPERMERCATI	2	2	830	6
PUNTO SIMPLY	2	2	530	6
SIDIS	3	3	1320	9
SIGMA	5	5	2270	19
SISA	1	1	320	3
SPACCIO ALIMENTARI	0	6	2000	20
N.D.	0	1	300	3
Totale	42	63	47830	

Figura 8 Distribuzione dei PdV registrati nell'anagrafica di Messina per m² occupati (a) e numero di casse presenti (b) nei PdV

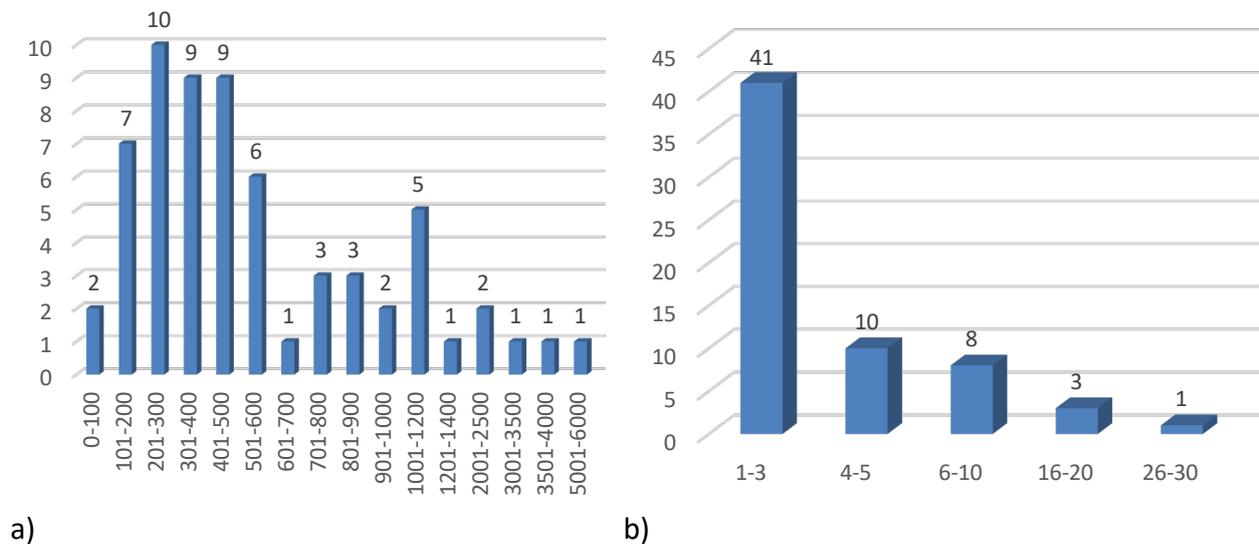
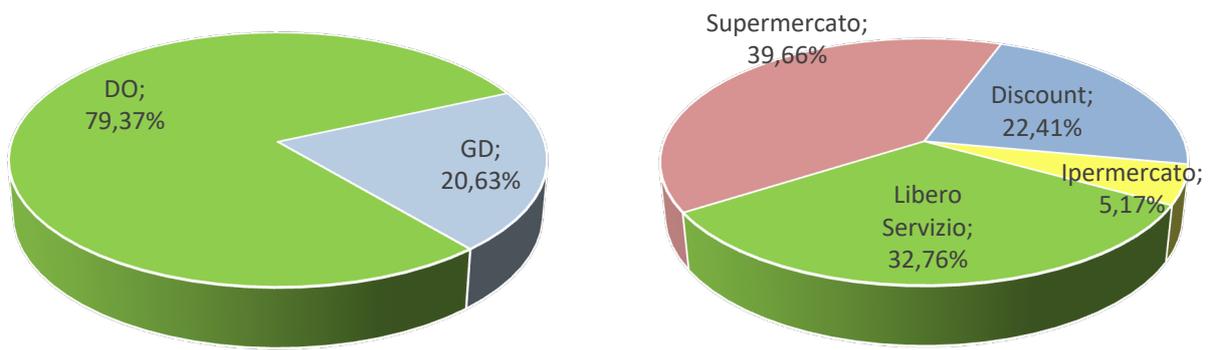


Figura 9 Distribuzione dei PdV per tipo di canale distributivo³ e tipologia⁴



a)

b)

In 42 PdV su 63 che insistono sul territorio di Messina, si è potuto rilevare/stimare* il fatturato (tab. 17).

Tabella 17 Informazioni sul fatturato delle Insegne GDO

Insegne presenti	PV rilevati	N° pv in Anagrafica	Fatturato rilevato in €	m ² pv rilevati	Fatturato per m ² rilevato	Totale m ² da anagrafica	Fatturato complessivo in €	Totale casse	Fatturato per casse
ARD DISCOUNT	6	7	23.130.000	2310	10.013	3600	36.046.753*	23	1.567.250,14
CARREFOUR EXPRESS	1	1	6.180.000	1180	5.237	1180	6.180.000	18	343.333,33
CONAD	1	1	4.800.000	550	8.727	550	4.800.000	5	960.000,00
CRAI	2	2	16.980.000	840	20.214	840	16.980.000	4	4.245.000,00
DECO' SUPERMERCATI	6	6	8.120.000	1470	5.524	1470	8.120.000	18	451.111,11
DESPAR	2	3	2.420.000	330	7.333	700	5.133.333*	9	570.370,37
EUROSPAR	1	2	1.280.000	420	3.048	1400	4.266.667*	15	284.444,44
MAXI SIDIS	9	10	34.900.000	4690	7.441	5690	42.341.365*	39	1.085.676,02
MD	1	1	14.800.000	730	20.274	730	14.800.000	3	4.933.333,33
MERSI SUPERMERCATI	2	2	4.760.000	830	5.735	830	4.760.000	6	793.333,33
PUNTO SIMPLY	2	2	2.480.000	530	4.679	530	2.480.000	6	413.333,33
SIDIS	3	3	6.200.000	1320	4.697	1320	6.200.000	9	688.888,89
SIGMA	5	5	22.070.000	2270	9.722	2270	22.070.000	19	1.161.578,95
SISA	1	1	2.700.000	320	8.438	320	2.700.000	3	900.000,00
TOTALE	42		150.820.000	17790		21430	176.878.118	177	

*Per tali insegna, il valore riportato è stato stimato dal fatturato per m² calcolato sui PdV rilevati

L'insegna GDO con il fatturato maggiore risulta essere MAXI SIDIS che, sul territorio di Messina, conta 10 PdV, a seguire ARD DISCOUNT con 7 PdV, SIGMA con 5 PdV, CRAI con 2 PdV, MD con 1 PdV (fig. 10). Le altre insegne, per le quali è stato possibile rilevare/stimare il tale parametro, hanno un fatturato ben inferiore. Inoltre, tali insegne mostrano un'estensione della superficie notevolmente inferiore rispetto alle 3 con fatturato superiore (tab. 17).

Le figure 11 e 12 mostrano, per ogni insegna, il fatturato per m² e per cassa, depurando il fatturato complessivo dal peso della superficie occupata dalle diverse insegne GDO e dal numero di casse presenti. Come è possibile notare, MD e CRAI hanno il fatturato per m² e per casse

notevolmente più alto rispetto alle altre insegne seguite, a notevole distanza, da ARD DISCOUNT e SIGMA. Il fatturato più basso è imputabile a EUROSPAR.

Figura 10 Distribuzione delle insegne GDO in relazione al fatturato complessivo

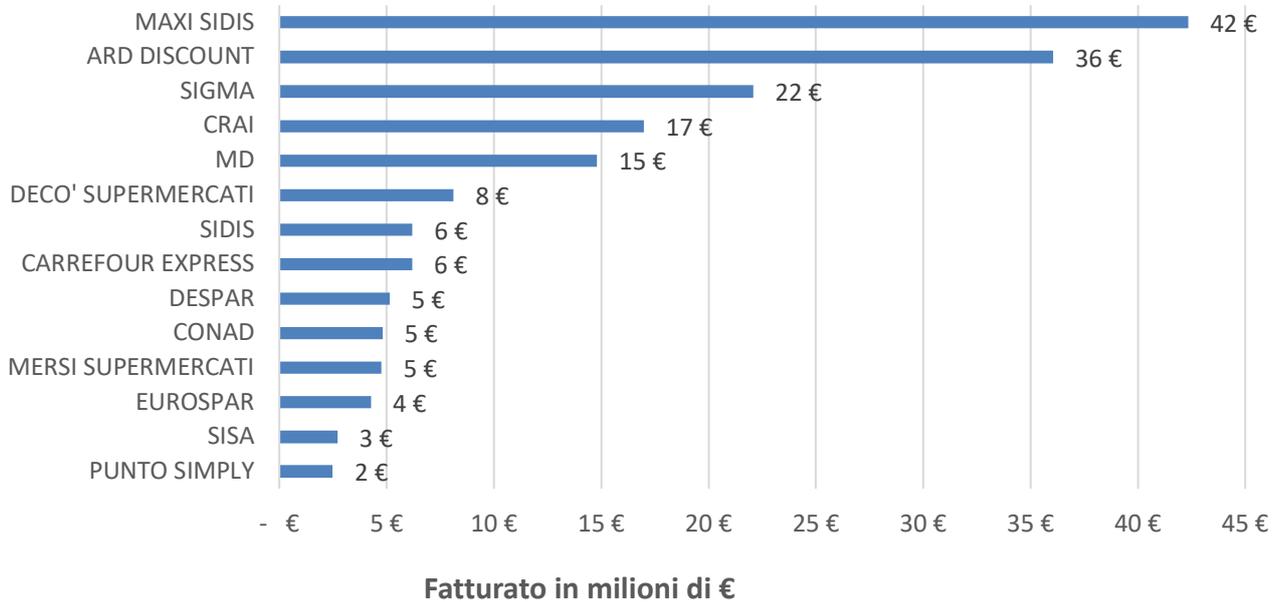


Figura 11 Distribuzione delle insegne GDO in relazione al fatturato per m² di superficie occupata (in migliaia di €)

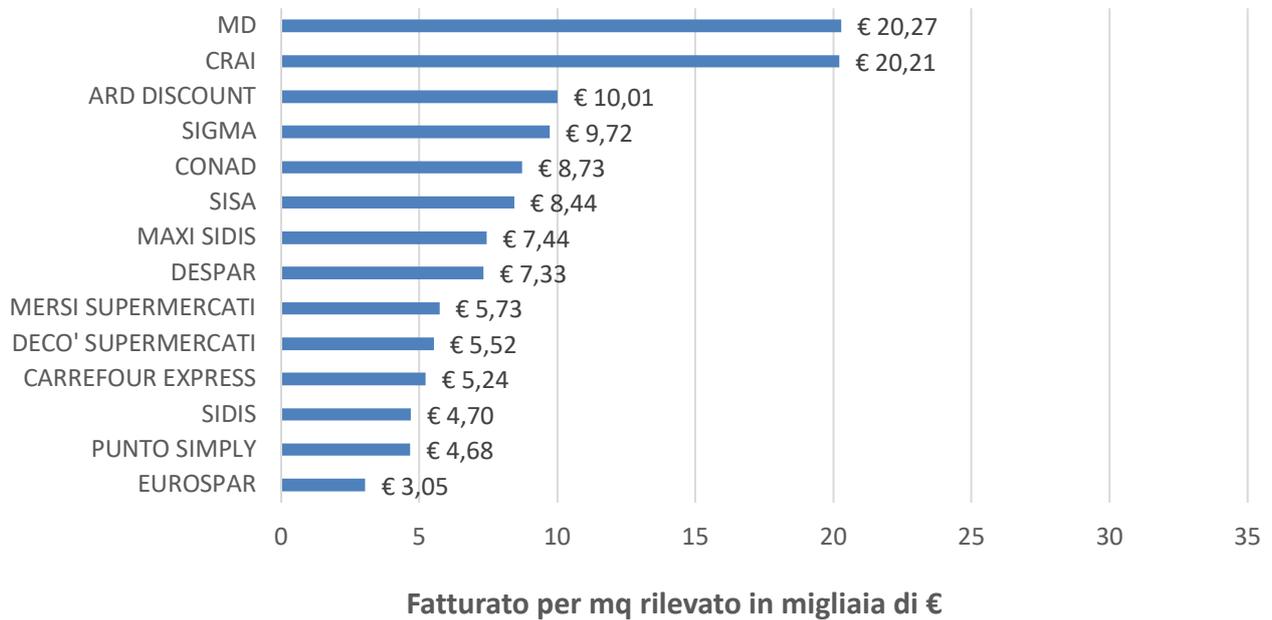
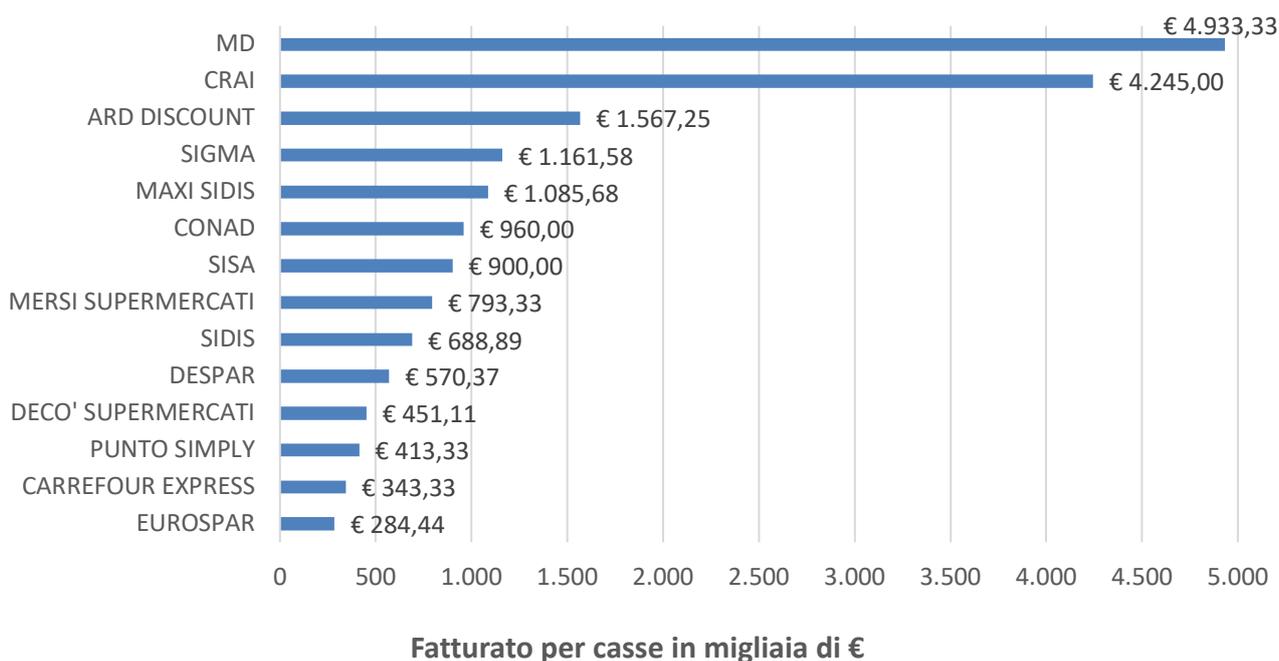


Figura 12 Distribuzione delle insegne GDO in relazione al fatturato per cassa (in migliaia di €)



3.2 Descrizione dei PdV rispondenti all'indagine campionaria condotta con intervista diretta (face to face) ai responsabili commerciali delle GDO.

Per quanto concerne il SIN 2, 42 referenti di altrettanti PdV hanno risposto all'indagine (tab. 18). Per il SIN 2 sono stati registrati soddisfacenti tassi di risposta per i PdV di tutti i comuni, con un tasso di risposta complessivo di 0,67 (tab. 18).

Tabella 18 Distribuzione dei PdV (referenti intervistati) per insegna della GDO di appartenenza e localizzazione su territorio

Comune	N° PdV rispondenti	% totale	N° PdV presenti in SIN 2	tasso di risposta
BARCELLONA POZZO DI GOTTO	13	31,0	19	0,68
MILAZZO	15	35,7	23	0,65
PACE DEL MELA	3	7,1	4	0,75
SAN FILIPPO DEL MELA	3	7,1	4	0,75
SPADAFORA	1	2,4	1	1,00
TERME VIGLIATORE	5	11,9	6	0,83
VILAFRANCA TIRRENA	2	4,8	6	0,33
Totale	42	100,0	63	0,67

In relazione ad alcune variabili, numero dipendenti PdV, m² occupati dal PdV e fatturato annuale i PdV, sono state calcolate le statistiche descrittive (tab. 19).

Tabella 19 Valori di sintesi per alcune caratteristiche dei PdV rispondenti

Caratteristiche	N rispondenti	Mean	StDev	Minimum	Median	Maximum
N. dipendenti	38	5,763	1,364	4	6	10
m² PdV	42	423,6	260,7	100	420	1180
Fatturato annuale in €	42	3.590.952	4.474.414	1.000.000	1.750.000	15.800.000

3.3 SIN 2: Risultati dell'indagine campionaria condotta con intervista diretta (face to face) ai responsabili commerciali delle GDO. Acquisti e vendite dei principali prodotti alimentari locali nelle GDO presenti sul territorio

Tramite la scheda di intervista, per le diverse matrici alimentari, si è indagato sui quantitativi di prodotto acquistati e venduti dai diversi PdV e sulla quota di prodotto locale (per locale, nello specifico, si intende proveniente dai comuni del SIN 2 su cui ricade il PdV) commercializzato. Nei paragrafi successivi sono riportati i valori di sintesi osservati per le diverse matrici alimentari.

3.3.1 Le carni

Per quanto concerne le carni, per i PdV che ricadono nel SIN 2 si osserva che, a prescindere dalla tipologia di carne (bovina, ovina, suina, avicola, cunicola e equina, tab. 20), quasi tutto il quantitativo commercializzato nei PdV è acquistato dal consumatore e, in media, nei PdV che commercializzano il prodotto, circa il 30-35% del prodotto acquistato dai consumatori è locale.

Tabella 20 Valori di sintesi di acquisti e vendite di carne nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Carne bovina (kg)	42	10886	5608	3200	11250	33000
	carne bovina, % locale	42	32,86	12,55	20	30	80
vendite dei PdV	Carne bovina (kg)	42	9714	4907	2900	10000	27000
	carne bovina, % locale	42	31,19	15,33	10	30	90
acquisti dei PdV	Carne ovina (kg)	42	3705	2870	800	2600	15000
	carne ovina, % locale	42	32,86	12,55	20	30	80
vendite dei PdV	Carne ovina (kg)	42	3140	2581	700	2350	13000
	carne ovina, % locale	42	32,14	15,07	10	30	90
acquisti dei PdV	Carne suina (kg)	42	3406	3265	600	3000	20000
	carne suina, % locale	42	32,86	12,55	20	30	80
vendite dei PdV	Carne suina (kg)	42	3002	3000	500	2500	18000
	carne suina, % locale	42	32,14	15,54	10	30	90
acquisti dei PdV	Carne avicola (kg)	34	2256	3064	500	1500	18000

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
	carne avicola, % locale	34	33,24	13,42	20	30	80
vendite dei PdV	Carne avicola (kg)	34	1988	2909	400	1250	17000
	carne avicola, % locale	34	32,94	16,79	10	30	90
acquisti dei PdV	Carne coniglio (kg)	28	2132	1844	500	1750	10000
	carne coniglio, % locale	28	33,21	14,67	20	30	80
vendite dei PdV	Carne coniglio (kg)	28	1804	1501	400	1500	8000
	carne coniglio, % locale	28	33,93	18,12	10	30	90
acquisti dei PdV	Carne equina	23	1874	1993	500	1000	10000
	carne equina, % locale	23	34,35	15,9	20	30	80
vendite dei PdV	Carne equina (kg)	22	1555	1672	400	1000	8000
	carne equina, % locale	22	34,55	19,93	10	30	90

3.3.2 Le frattaglie

Quanto riscontrato per le carni, si riflette anche nella commercializzazione delle frattaglie a prescindere dalla tipologia (bovina, ovina, suina, avicola, cunicola e equina). Tuttavia, solo pochi PdV commercializzano il prodotto e, conseguentemente, il quantitativo di frattaglie immesso nel mercato dalla GDO, risente di questo. In media, nei pochi PdV in cui le frattaglie sono vendute, si osservano percentuali che variano dal 32% al 36% di prodotto locale venduto ai consumatori (tab. 21). Le percentuali di frattaglie locali vendute nei PdV arrivano al massimo al 50% per qualche PdV.

Tabella 21 Valori di sintesi di acquisti e vendite di frattaglie nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Frattaglie bovine (kg)	5	970	752	500	680	2300
	frattaglie bovine, % locale	5	38	13,04	20	40	50
vendite dei PdV	Frattaglie bovine (kg)	5	750	436	400	650	1500
	frattaglie bovine, % locale	5	32	17,89	10	30	50
acquisti dei PdV	Frattaglie ovine (kg)	4	570	291	380	450	1000
	frattaglie ovine, % locale	4	35	12,91	20	35	50
vendite dei PdV	Frattaglie ovine (kg)	4	493	220	320	425	800
	frattaglie ovine, % locale	4	32,5	17,08	10	35	50
acquisti dei PdV	Frattaglie suine (kg)	5	1170	1033	500	750	3000
	frattaglie suine, % locale	5	38	13,04	20	40	50
vendite dei PdV	Frattaglie suine (kg)	5	1086	965	500	730	2800
	frattaglie suine, % locale	5	34	15,17	10	40	50
acquisti dei PdV	Frattaglie avicole (kg)	4	1050	634	700	750	2000

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
	frattaglie avicole, % locale	4	35	12,91	20	35	50
vendite dei PdV	Frattaglie avicole (kg)	4	863	431	600	675	1500
	frattaglie avicole, % locale	4	32,5	17,08	10	35	50
acquisti dei PdV	Frattaglie coniglio (kg)	4	925	597	500	700	1800
	frattaglie coniglio, % locale	4	35	12,91	20	35	50
vendite dei PdV	Frattaglie coniglio (kg)	4	658	238	450	590	1000
	frattaglie coniglio, % locale	4	32,5	17,08	10	35	50
acquisti dei PdV	Frattaglie equine	5	880	638	500	600	2000
	frattaglie equine, % locale	5	38	13,04	20	40	50
vendite dei PdV	Frattaglie equine (kg)	5	762	528	450	580	1700
	frattaglie equine, % locale	5	36	16,73	10	40	50

3.3.3 I prodotti ittici

Per quanto riguarda la commercializzazione dei prodotti ittici, nei PdV che ricadono sul SIN 2 non sono commercializzati pesci freschi (catturato, allevato e pesce azzurro) mentre, in tutti i PdV sono venduti molluschi, crostacei, mitili, polpi, seppie, calamari freschi, surgelati e conservati. In questo caso si registrano, in media, percentuali di prodotto locale venduto intorno al 40% (tab. 22).

Tabella 22 Valori di sintesi di acquisti e vendite di Molluschi, crostacei, mitili, polpi, seppie, calamari nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Molluschi, etc. freschi (kg)	42	2460	3084	300	1700	15000
	Molluschi, etc. freschi, % locale	42	39,52	16,96	20	40	80
vendite dei PdV	Molluschi, etc. freschi (kg)	42	2067	2408	200	1500	12000
	Molluschi, etc. freschi, % locale	42	38,33	20,11	20	30	90
acquisti dei PdV	Molluschi, etc. surgelati (kg)	42	3598	4945	1100	2300	25000
	Molluschi, etc. surgelati, % locale	42	39,52	16,81	20	40	80
vendite dei PdV	Molluschi, etc. surgelati (kg)	42	3026	3749	1000	2000	20000
	Molluschi, etc. surgelati, % locale	42	39,29	19,68	20	30	90
acquisti dei PdV	Molluschi, etc. congelati (kg)	42	3912	5835	1000	2800	36000
	Molluschi, etc. congelati, % locale	42	41,19	15,8	20	40	80
vendite dei PdV	Molluschi, etc. congelati (kg)	42	3357	4878	800	2500	30000

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
	Molluschi, etc. congelati, % locale	42	41,43	20,43	20	40	90

3.3.4 Latte e derivati

Mediamente, mentre per il latte fresco si osserva il 35,2% di prodotto locale venduta dai PdV, per lo yogurt e i formaggi la percentuale di prodotto proveniente dal SIN 2 e venduto dai PdV è intorno al 40% (tab. 23).

Tabella 23 Valori di sintesi di acquisti e vendite di latte e derivati nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Latte fresco (l)	42	12500	7276	1500	12000	32000
	Latte fresco, % locale	42	37,62	14,28	10	40	70
vendite dei PdV	Latte fresco (l)	42	10790	6064	1200	10000	25000
	Latte fresco, % locale	42	35,24	15,65	10	30	70
acquisti dei PdV	Yogurt(kg)	42	5829	4989	1600	5900	30000
	Yogurt, % locale	42	40	17,53	10	40	80
vendite dei PdV	Yogurt (kg)	42	4931	3676	1200	5000	20000
	Yogurt, % locale	42	40,71	19,05	10	45	80
acquisti dei PdV	Formaggi (kg)	42	3700	4818	1000	2400	25000
	Formaggi, % locale	42	41,9	16,12	10	40	80
vendite dei PdV	Formaggi (kg)	42	3167	4209	800	1950	22000
	Formaggi, % locale	42	41,9	17,98	10	40	80

3.3.5 Uova

In media, il 37,1% delle uova venduto dai PdV proviene dal territorio del SIN di appartenenza (tab. 24).

Tabella 24 Valori di sintesi di acquisti e vendite di uova nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Uova(kg)	42	1499	2070	400	700	10000
	Uova, % locale	42	39,52	12,68	10	40	70
vendite dei PdV	Uova (kg)	42	1239	1572	280	600	8000
	Uova, % locale	42	37,14	14,7	10	40	70

3.3.6 Vino

In media, il 44,5% del vino venduto dai PdV proviene dal territorio del SIN di appartenenza (tab. 25).

Tabella 25 Valori di sintesi di acquisti e vendite di vino nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Vino (l)	42	10576	8513	1500	10000	50000
	Vino, % locale	42	45,24	15,34	10	50	80
vendite dei PdV	Vino (l)	42	9336	7461	1200	10000	43000
	Vino, % locale	42	44,52	14,35	10	50	70

3.3.7 Olio

In media, il 38,7% del vino venduto dai PdV proviene dal territorio del SIN di appartenenza (tab. 26). L'informazione riguarda 39 PdV su 42.

Tabella 26 Valori di sintesi di acquisti e vendite di olio nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Olio (l)	39	7241	7395	1200	6800	44000
	Olio, % locale	39	41,54	16,47	10	40	80
vendite dei PdV	Olio (l)	39	6303	6776	1000	6000	40000
	Olio, % locale	39	38,72	15,08	10	40	70

3.3.8 Frutta secca in guscio

Per quanto concerne la frutta secca in guscio, i PdV del SIN2 acquistano per la commercializzazione principalmente nel mercato locale (il 75,1% del prodotto acquistato dai PdV per la commercializzazione è locale, tab. 27). Se osserviamo il venduto, in media, il 74,6% proviene dal mercato locale (tab. 27).

Tabella 27 Valori di sintesi di acquisti e vendite di frutta secca in guscio nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Frutta secca in guscio(kg)	41	2634	1906	1000	2500	13000
	Frutta secca in guscio, % locale	41	75,12	23,25	20	90	90
vendite dei PdV	Frutta secca in guscio (kg)	41	2227	1494	800	2100	10000
	Frutta secca in guscio, % locale	41	74,63	25,11	20	90	90

3.3.9 Legumi

In media, circa il 50% dei legumi freschi da lavorare e dei legumi congelati venduti dai PdV è di origine locale (tab. 28). La stessa percentuale per i legumi secchi è del 74,1% (tab. 28). Solo un PdV dichiara di commercializzare legumi lavorati pronti al consumo, in questo caso su una quantità di 1000 kg venduti, la percentuale di prodotto locale è dell'80%.

Tabella 281 Valori di sintesi di acquisti e vendite di legumi nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	legumi freschi da lavorare (kg)	15	2307	6289	300	500	25000
	legumi freschi da lavorare, % locale	15	52,67	19,44	30	50	90
vendite dei PdV	legumi freschi da lavorare (kg)	15	1813	5038	200	400	20000
	legumi freschi da lavorare, % locale	15	49,33	24,34	20	50	90
acquisti dei PdV	Legumi secchi (kg)	42	2095	2007	170	1900	12000
	Legumi secchi, % locale	42	72,62	24,5	20	90	90
vendite dei PdV	Legumi secchi (kg)	42	1765	1682	150	1550	10000
	Legumi secchi, % locale	42	74,05	24	20	90	90
acquisti dei PdV	Legumi congelati (kg)	42	2357	1772	600	2400	10000
	Legumi congelati, % locale	42	51,19	18,64	20	50	90
vendite dei PdV	Legumi congelati (kg)	42	2006	1480	500	2000	8000
	Legumi congelati, % locale	42	50,71	20,05	20	50	90

3.3.10 Ortaggi, verdure e funghi

In media, circa il 40% degli ortaggi a foglia larga venduto nei PdV del SIN2 proviene dal territorio locale (tab. 29). La stessa percentuale per gli ortaggi a foglia stretta è del 41,9%, per i cavolfiori e le brassicacee è del 44,3%, per le erbe aromatiche è del 45,7% (tab. 29).

Percentuali poco superiori si osservano per funghi coltivati (48,6%), patate (50,2%) e altri tuberi, anche se in quest'ultimo caso il dato riguarda solo 25 PdV su 42 (52%, tab. 29).

Tabella 29 Valori di sintesi di acquisti e vendite di ortaggi, verdure e funghi nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Ortaggi a foglia larga (Kg)	42	689	687	180	600	3500
	Ortaggi a foglia larga, % locale	42	44,29	14,51	20	40	90
vendite dei PdV	Ortaggi a foglia larga (Kg)	42	515,7	429,8	150	500	2600
	Ortaggi a foglia larga, % locale	42	40,71	14,88	20	40	70
acquisti dei PdV	Ortaggi a foglia stretta (Kg)	42	578,8	502,3	100	500	2500
	Ortaggi a foglia stretta, % locale	42	44,29	14,34	20	40	90
vendite dei PdV	Ortaggi a foglia stretta (Kg)	42	446,2	372,5	80	400	2000
acquisti dei PdV	Cavolfiori e brassicacea (Kg)	42	424,8	363,2	60	325	1800
	Cavolfiori e brassicacea, % locale	42	45,48	12,34	20	40	70
vendite dei PdV	Cavolfiori e brassicacea (Kg)	42	336,4	269,9	50	290	1500

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
	Cavolfiori e brassicacea, % locale	42	44,29	15,64	20	40	80
acquisti dei PdV	Erbe aromatiche (Kg)	42	283,3	204,3	70	240	1200
	Erbe aromatiche, % locale	42	47,38	17,26	20	40	80
vendite dei PdV	Erbe aromatiche (Kg)	42	236	166,7	50	200	1000
	Erbe aromatiche, % locale	42	45,71	19,9	20	40	80
acquisti dei PdV	Funghi coltivati (Kg)	42	1790	2333	150	1200	12000
	Funghi coltivati, % locale	42	49,52	20,6	20	40	80
vendite dei PdV	Funghi coltivati (Kg)	42	1490	1902	100	1100	10000
	Funghi coltivati, % locale	42	48,57	21,59	20	40	80
acquisti dei PdV	Patate (Kg)	42	6079	4899	1300	5000	30000
	Patate, % locale	42	50	21,75	20	50	80
vendite dei PdV	Patate (Kg)	42	5143	4198	1200	4200	25000
	Patate, % locale	42	50,24	23,11	20	50	80
acquisti dei PdV	Altri tuberi (Kg)	25	550	444,4	200	400	2500
	Altri tuberi, % locale	25	53,2	20,56	20	50	80
vendite dei PdV	Altri tuberi (Kg)	25	427,2	319,6	150	300	1700
	Altri tuberi, % locale	25	52	20,82	20	50	80

3.3.11 Frutta

Se si osserva la commercializzazione della frutta, a prescindere dalla tipologia, in media, circa il 35% del prodotto venduta dai PdV è locale (tab. 30).

Tabella 30 Valori di sintesi di acquisti e vendite di frutta nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Frutta grande (Kg)	42	5388	4973	2000	4200	30000
	Frutta grande, % locale	42	39,29	14,38	20	35	70
vendite dei PdV	Frutta grande (Kg)	42	4729	4396	1800	3800	26000
	Frutta grande, % locale	42	38,33	15,29	20	35	70
acquisti dei PdV	Frutta piccola (Kg)	42	5386	4713	1800	4050	28000
	Frutta piccola, % locale	42	39,29	14,38	20	35	70
vendite dei PdV	Frutta piccola (Kg)	42	4540	3518	1500	3650	20000
	Frutta piccola, % locale	42	38,81	14,85	20	35	70

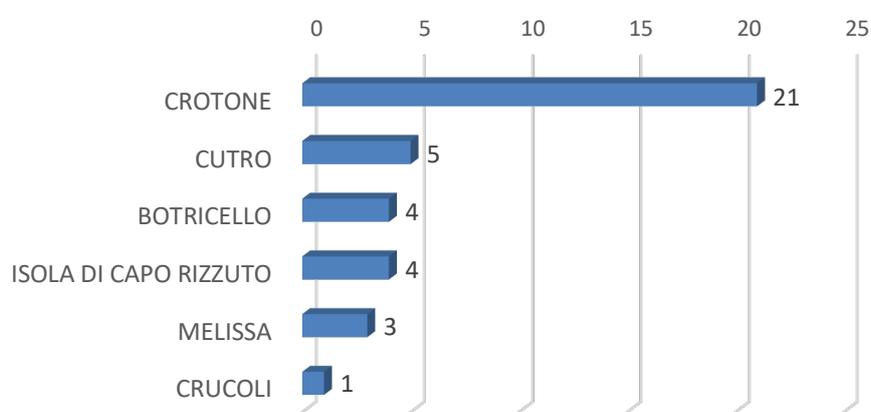
4. SIN 3: Acquisti e vendite dei principali prodotti alimentari locali nelle GDO

Il SIN 3 ricade nella provincia di Crotone e comprende i comuni di Crotone, Torretta, Torre Melissa, Tronca, Isola di Capo Rizzuto, Le Castella, Botricello e Steccato di Cutro.

4.1 Ricostruzione censuaria dell'universo di riferimento dei PdV della GDO presenti nel territorio di riferimento

In totale, dall'analisi desk tendente a ricostruire la consistenza della GDO nel territorio di riferimento e le sue principali caratteristiche, si evince la presenza di 38 PdV nell'universo dei Punti Vendita delle GDO che insistono sul SIN 3, distribuiti nei vari comuni come mostra la figura 13.

Figura 13 Distribuzione dei PdV nella provincia di Crotone per comune di pertinenza



Le insegne presenti sul territorio sono le seguenti:

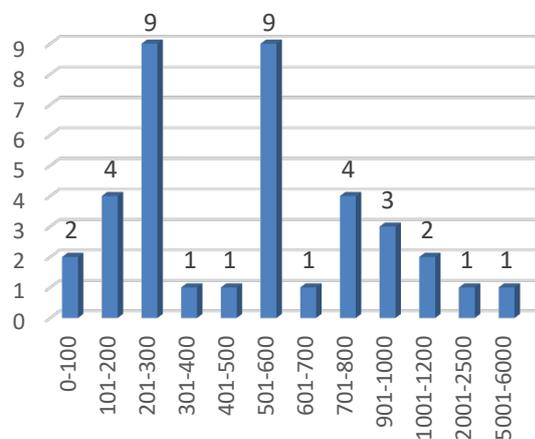
- AL DISCOUNT
- ARD DISCOUNT
- CONAD
- CONAD CITY
- CONTE'
- COOP
- CRAI
- DESPAR
- DOK
- EUROSPAR
- EUROSPIN
- INTERSPAR
- IPERCOOP
- LIDL
- MD
- N. D.
- PUNTO E'
- QUI CONVIENE
- SIMPATIA CRAI
- SIMPLY
- SPESA A&O
- VIVO

Dalle informazioni emerse, i 38 PdV occupano una superficie totale di m² 29.263 e, in media, ogni PdV occupa, 770 m² (tab. 31). Nella maggior parte dei casi i PdV occupano una superficie inferiore a 600 m² (fig. 14a) e il 60,5% conta al massimo 3 casse (il 34,2% da 4 a 5 casse, fig. 14b).

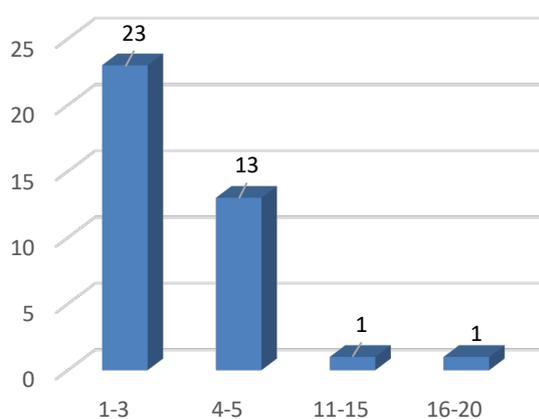
Tabella 31 Distribuzione dei PdV per numero di punti vendita registrati nell'anagrafica (con informazioni su Totale m² e numero di casse riportati su anagrafica) e rilevati dall'indagine

Insegne presenti	PV rilevati	N° pv in Anagrafica	Totale m ² da anagrafica	Totale casse
AL DISCOUNT	1	1	150	3
ARD DISCOUNT	1	1	200	3
CONAD	0	3	2400	12
CONAD CITY	0	1	300	3
CONTE'	1	2	160	6
COOP	0	1	1300	8
CRAI	1	4	1250	12
DESPAR	0	1	700	9
DOK	1	1	1000	6
EUROSPAR	3	5	2500	23
EUROSPIN	0	2	2200	10
INTERSPAR	2	2	2703	20
IPERCOOP	0	1	6000	20
LIDL	1	1	250	3
MD	0	5	4200	21
N. D.	0	1	600	6
PUNTO E'	1	1	150	3
QUI CONVIENE	0	1	1000	5
SIMPATIA CRAI	0	1	100	3
SIMPLY	0	1	1300	8
SPESA A&O	1	1	300	3
VIVO	1	1	500	3
Totale	14	38	29263	190

Figura 14 Distribuzione dei PdV registrati nell'anagrafica di Siracusa per m² occupati e numero di casse presenti nei PdV



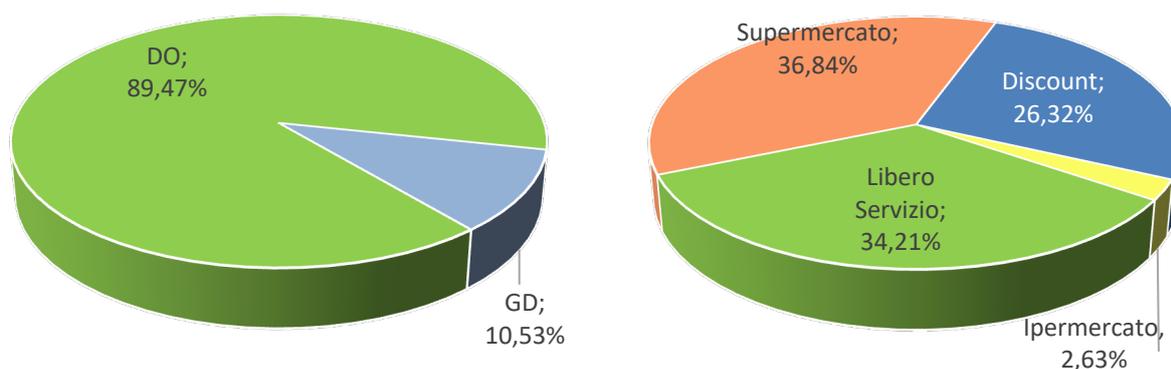
a)



b)

I PdV che insistono sul territorio di Crotona appartengono principalmente alla *Distribuzione Organizzata (DO)* (89,5%) e solo il 10,5% alla *Grande Distribuzione (GD)* (fig. 15a). I PdV sono classificati come *Supermercati* nel 36,8% dei casi, come *Libero Servizio* nel 34,2% e come *Discount* nel 26,3%. Scarsa la rappresentanza di *Ipermercati* (un solo PdV sul territorio, fig. 15b).

Figura 15 Distribuzione dei PdV per tipo di canale distributivo³e tipologia⁴



a)

b)

Solo in 14 PdV su 38 che insistono sul territorio di Crotona, si è potuto rilevare/stimare* il fatturato (tab. 32).

Tabella 32 Informazioni sul fatturato delle Insegne GDO

Insegne presenti	PV rilevati	N° pv in Anagrafica	Fatturato rilevato	m² pv rilevati	Fatturato per m² rilevato	Totale m² da anagrafica	Fatturato complessivo	Totale casse	Fatturato per casse
AL DISCOUNT	1	1	890.000,00 €	150	5.933,33 €	150	890.000,00 €	3	296.666,67 €
ARD DISCOUNT	1	1	1.100.000,00 €	200	5.500,00 €	200	1.100.000,00 €	3	366.666,67 €
CONTE'	1	2	500.000,00 €	160	3.125,00 €	160	500.000,00 €*	6	83.333,33 €
CRAI	1	4	1.500.000,00 €	200	7.500,00 €	1250	9.375.000,00 €*	12	781.250,00 €
EUROSPAR	3	5	8.300.000,00 €	2300	3.608,70 €	2500	9.021.739,13 €*	23	392.249,53 €
INTERSPAR	2	2	12.500.000,00 €	2703	4.624,49 €	2703	12.500.000,00 €	20	625.000,00 €
LIDL	1	1	2.000.000,00 €	250	8.000,00 €	250	2.000.000,00 €	3	666.666,67 €
PUNTO E'	1	1	850.000,00 €	150	5.666,67 €	150	850.000,00 €	3	283.333,33 €
SPESA A&O	1	1	800.000,00 €	300	2.666,67 €	300	800.000,00 €	3	266.666,67 €
VIVO	1	1	1.130.000,00 €	500	2.260,00 €	500	1.130.000,00 €	3	376.666,67 €
Totale	14		29.570.000 €	6913		29263	38.166.739,00 €		

*Per tali insegne, il valore riportato è stato stimato dal fatturato per m² calcolato sui PdV rilevati

L'insegna GDO con il fatturato maggiore risulta essere INTERSPAR che, sul territorio di Crotona, conta 2 PdV, a seguire CRAI con 4 PdV, e EUROSPAR con 5 PdV (fig. 16). Le altre insegne

per cui è stato possibile rilevare/stimare tale parametro, hanno un fatturato notevolmente inferiore. Queste insegne, nella quasi totalità dei casi, sono caratterizzate da avere un unico PdV sul territorio, mostrano un'estensione della superficie notevolmente inferiore rispetto le insegne con fatturato superiore, così come è inferiore il numero di casse (tab. 32).

Depurando il fatturato complessivo dal peso della superficie occupata dalle diverse insegne GDO e dal numero di casse presenti, le figure 17 e 18, mostrano, per ogni insegna, il fatturato per m² e per cassa. Come è possibile notare, ad avere il fatturato per m² e per casse più alto sono LIDL e CRAI mentre, quello più basso è imputabile a CONTE' e SPESA A&O (se si osserva il fatturato per m², VIVO occupa l'ultima posizione mentre per quanto riguarda il fatturato per cassa VIVO occupa posizione centrale).

Figura 16 Distribuzione delle insegne GDO in relazione al fatturato complessivo

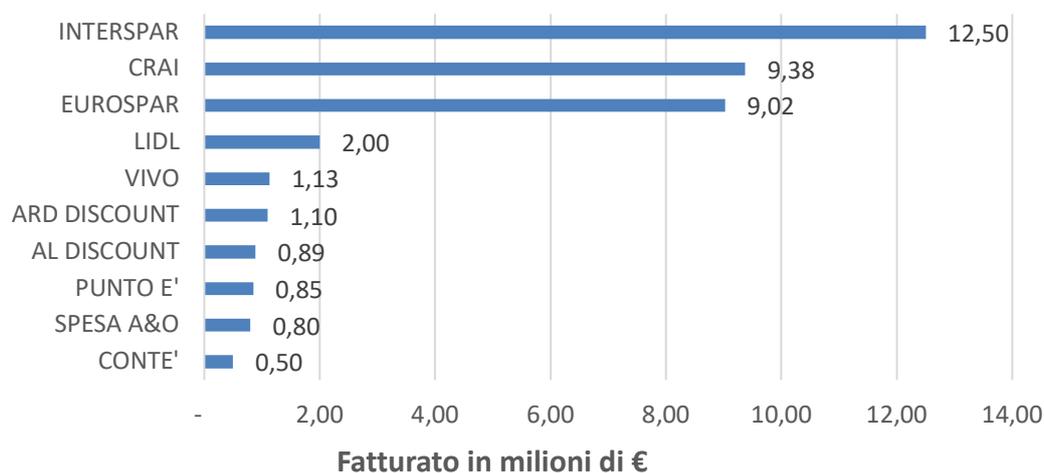


Figura 17 Distribuzione delle insegne GDO in relazione al fatturato per m² di superficie occupata (in migliaia di €)

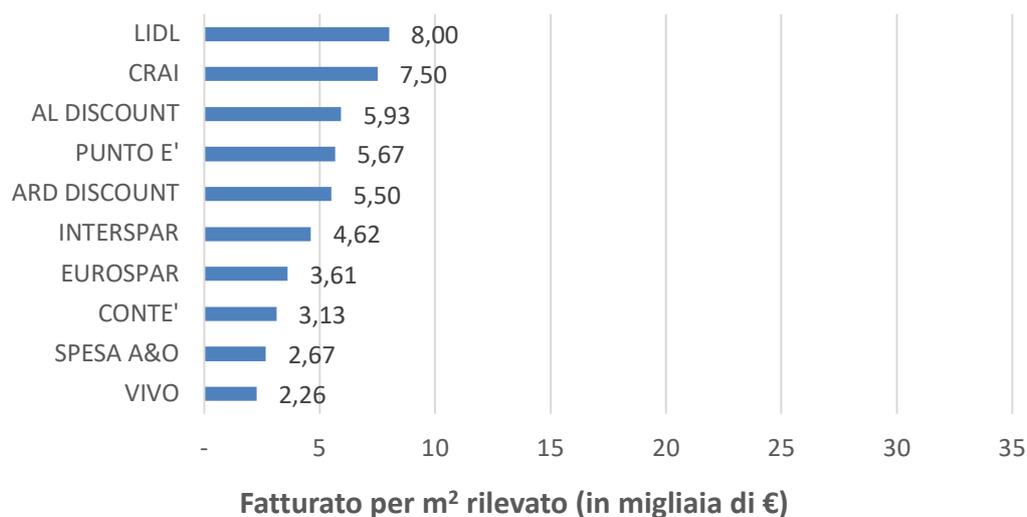
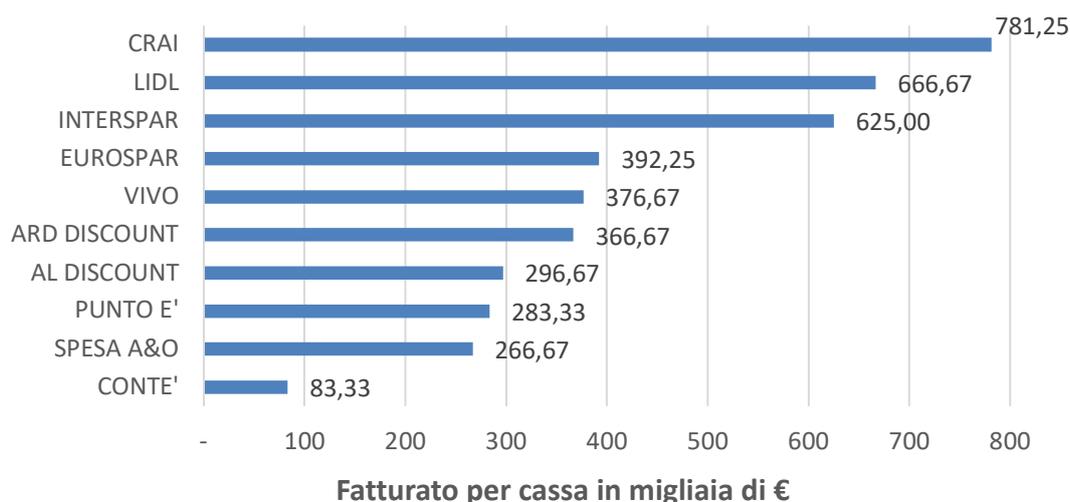


Figura 18 Distribuzione delle insegne GDO in relazione al fatturato per cassa (in migliaia di €)



4.2 Descrizione dei PdV rispondenti all'indagine campionaria condotta con intervista diretta (face to face) ai responsabili commerciali delle GDO.

Per quanto concerne il SIN 3, 15 referenti di altrettanti PdV hanno risposto all'indagine (tab. 33). Ad eccezione dei PdV dei comuni di Botricello e Crucoli che non hanno risposto all'indagine, sono stati registrati soddisfacenti tassi di risposta per i PdV di tutti i comuni, con un tasso di risposta complessivo di 0,39 nel SIN 3 (tab. 33).

Tabella 33 Distribuzione dei PdV (referenti intervistati) per insegna della GDO di appartenenza e localizzazione su territorio

Comune	N° PdV rispondenti	% totale	N° PdV presenti in SIN 3	tasso di risposta
CROTONE	8	53,3	21	0,38
CUTRO	4	26,7	5	0,80
BOTRICELLO	0	-	4	0,00
ISOLA DI CAPO RIZZUTO	2	13,3	4	0,50
MELISSA	1	6,7	3	0,33
CRUCOLI	0	-	1	0,00
Totale	15	100	38	0,39

In relazione ad alcune variabili, numero dipendenti PdV, m² occupati dal PdV e fatturato annuale dei PdV, sono state calcolate le statistiche descrittive in relazione al SIN di appartenenza (tab. 34).

Tabella 34 Valori di sintesi per alcune caratteristiche dei PdV rispondenti

Caratteristiche	N rispondenti	Mean	StDev	Minimum	Median	Maximum
N. dipendenti	15	11,33	10,52	1	6	34
m ² PdV	15	506	611	150	250	2500
Fatturato annuale in €	13	2.274.615	2.005.017	500.000	1.500.000	6.900.000

4.3 SIN 3: Risultati dell'indagine campionaria condotta con intervista diretta (face to face) ai responsabili commerciali delle GDO. Acquisti e vendite dei principali prodotti alimentari locali nelle GDO presenti sul territorio

Tramite la scheda di intervista, per le diverse matrici alimentari, si è indagato sui quantitativi di prodotto acquistati e venduti dai diversi PdV e sulla quota di prodotto locale (per locale, nello specifico, si intende proveniente dai comuni del SIN 3 su cui ricade il PdV) commercializzato. Nei paragrafi successivi sono riportati i valori di sintesi osservati per le diverse matrici alimentari. Considerata la piccola dimensione campionaria, i risultati riscontrati vanno letti con attenzione.

4.3.1 Le carni

Per quanto concerne le carni, per i PdV che ricadono nel SIN 3 si osserva una quota di prodotto locale variabile in relazione alla tipologia di carne. Per la carne bovina si registra una percentuale media di prodotto locale venduto pari al 28,3%. Il dato è caratterizzato da grande variabilità: esistono PdV che non vendono prodotto locale e PdV che vendono esclusivamente prodotto locale (tab. 35). Solo 7 PdV su 13 vendono carne ovina e la percentuale di prodotto locale venduto dai PdV è in media del 62,9%. Anche in questo caso, il dato è caratterizzato da grande variabilità: esistono PdV che non vendono prodotto locale e PdV che vendono esclusivamente prodotto locale (tab. 35). Per quanto concerne la carne suina, venduta da tutti i PdV rispondenti all'indagine, si osserva la stessa grande variabilità e una percentuale media di prodotto locale venduta pari al 24,6% (tab. 35). Per le altre tipologie di carne le osservazioni riguardano pochi PdV e, rispettivamente, le percentuali medie osservate sono 21,3% per la carne avicola, 53% per la carne di coniglio e 33,3% per la carne equina (tab. 35).

Tabella 35 Valori di sintesi di acquisti e vendite di carne bovina nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Carne bovina (kg)	13	13477	10087	700	11000	33000
	carne bovina, % locale	13	25,8	36	0	15	100
vendite dei PdV	Carne bovina (kg)	13	12265	9689	700	9975	31350
	carne bovina, % locale	12	28,3	37,9	0	10	100

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Carne ovina (kg)	7	2943	1972	1000	2000	6100
	carne ovina, % locale	7	61,4	39,8	0	50	100
vendite dei PdV	Carne ovina (kg)	7	2386	1644	900	1800	5000
	carne ovina, % locale	7	62,9	39,5	0	60	100
acquisti dei PdV	Carne suina (kg)	13	5569	4662	700	4500	15000
	carne suina, % locale	13	30	38,7	0	20	100
vendite dei PdV	Carne suina (kg)	14	4707	4552	250	3250	14250
	carne suina, % locale	13	24,6	38,4	0	0	100
acquisti dei PdV	Carne avicola (kg)	4	888	606	250	900	1500
	carne avicola, % locale	4	17,5	15	0	20	30
vendite dei PdV	Carne avicola (kg)	4	638	485	250	500	1300
	carne avicola, % locale	4	21,3	21,7	0	17,5	50
acquisti dei PdV	Carne coniglio (kg)	5	980	536	500	800	1600
	carne coniglio, % locale	5	54	44,5	0	40	100
vendite dei PdV	Carne coniglio (kg)	5	546	332	200	500	1000
	carne coniglio, % locale	5	53	46,6	0	50	100
acquisti dei PdV	Carne equina	3	137,3	32,3	100	156	156
	carne equina, % locale	3	33,3	57,7	0	0	100
vendite dei PdV	Carne equina (kg)	3	110,7	78,5	20	156	156
	carne equina, % locale	3	33,3	57,7	0	0	100

4.3.2 Le frattaglie

Per quanto concerne la commercializzazione delle frattaglie, è possibile notare come non tutti i PdV rispondenti commercializzano il prodotto e, ad eccezione delle frattaglie di bovino per cui quasi tutto il quantitativo commercializzato nei PdV è acquistato dal consumatore, circa un terzo di prodotto acquistato dai PdV rimane invenduto (tab. 36). Altro aspetto da evidenziare che i PdV non commercializzano frattaglie equine. Percentuali medie più alte si riscontrano per le altre tipologie di frattaglie (le percentuali di prodotto locale venduto variano dal 33,3% relativo alle frattaglie avicole, al 45% delle frattaglie di coniglio, tab. 36), ma è da rilevante il piccolo numero di PdV che trattano il prodotto.

Tabella 36 Valori di sintesi di acquisti e vendite di *frattaglie* nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Frattaglie bovine (kg)	8	1066	854	200	1025	2500
	frattaglie bovine, % locale	8	12,5	17,53	0	0	40
vendite dei PdV	Frattaglie bovine (kg)	8	1015	911	100	1025	2500
	frattaglie bovine, % locale	8	15,63	24,99	0	0	60
acquisti dei PdV	Frattaglie ovine (kg)	3	200	100	100	200	300
	frattaglie ovine, % locale	3	36,67	15,28	20	40	50
vendite dei PdV	Frattaglie ovine (kg)	3	150	86,6	50	200	200
	frattaglie ovine, % locale	3	36,67	15,28	20	40	50
acquisti dei PdV	Frattaglie suine (kg)	3	133,3	57,7	100	100	200
	frattaglie suine, % locale	3	43,33	5,77	40	40	50
vendite dei PdV	Frattaglie suine (kg)	3	83,3	28,9	50	100	100
	frattaglie suine, % locale	3	40	10	30	40	50
acquisti dei PdV	Frattaglie avicole (kg)	3	100	0	100	100	100
	frattaglie avicole, % locale	3	30	0	30	30	30
vendite dei PdV	Frattaglie avicole (kg)	3	66,7	28,9	50	50	100
	frattaglie avicole, % locale	3	33,33	5,77	30	30	40
acquisti dei PdV	Frattaglie coniglio (kg)	2	100	0	100	100	100
	frattaglie coniglio, % locale	2	30	0	30	30	30
vendite dei PdV	Frattaglie coniglio (kg)	2	40	14,1	30	40	50
	frattaglie coniglio, % locale	2	45	7,07	40	45	50

4.3.3 I prodotti ittici

Se osserviamo i prodotti ittici, nei PdV che ricadono sul SIN 3 non sono commercializzati pesci freschi (catturato, allevato e pesce azzurro) e, solo in alcuni PdV, è venduto il pesce surgelato e i molluschi, crostacei, mitili, polpi, seppie, calamari freschi, surgelati e conservati. Si nota anche che a volte i referenti dei PdV, pur avendo dato informazioni sulla percentuale di prodotto locale acquistato e venduto, non quantificano il prodotto venduto (tab. 37). In sintesi si riscontra, mediamente, una percentuale di prodotto locale venduto dai PdV pari al 18% per il pesce surgelato (tab. 37), al 10,8% per i molluschi, crostacei, mitili, polpi, seppie, calamari surgelati (tab. 37) e all'8,9% per i molluschi, crostacei, mitili, polpi, seppie, calamari conservati (tab. 37). Solo un PdV del SIN3 commercializza molluschi, crostacei, mitili, polpi, seppie, calamari freschi e, in questo caso, la percentuale di prodotto locale venduto è pari al 30%.

Tabella 37 Valori di sintesi di acquisti e vendite di prodotti ittici nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Pesce surgelato(kg)	5	1770	2036	250	300	4000
	Pesce surgelato, % locale	5	19	11,4	5	20	30
vendite dei PdV	Pesce surgelato (kg)	5	746	775	200	300	2000
	Pesce surgelato, % locale	5	18	12,55	5	20	30
acquisti dei PdV	Molluschi, etc. surgelati (kg)	7	2839	3756	150	1800	11220
	Molluschi, etc. surgelati, % locale	14	10,71	15,42	0	0	40
vendite dei PdV	Molluschi, etc. surgelati (kg)	7	2571	3754	100	1500	11000
	Molluschi, etc. surgelati, % locale	13	10,77	14,41	0	0	30
acquisti dei PdV	Molluschi, etc. congelati (kg)	4	2250	1805	100	2200	4500
	Molluschi, etc. congelati, % locale	10	15	29,15	0	0	90
vendite dei PdV	Molluschi, etc. congelati (kg)	4	1975	1836	100	1650	4500
	Molluschi, etc. congelati, % locale	9	8,89	13,64	0	0	30

4.3.4 Latte e derivati

Per il latte fresco, la percentuale di prodotto mediamente proveniente dal SIN3 e venduto dai PdV è intorno al 26%. Il dato è caratterizzato da grande variabilità: esistono PdV che non vendono prodotto locale e PdV che vendono esclusivamente prodotto locale (tab. 38).

Per quanto concerne la commercializzazione dello yogurt, la percentuale di prodotto locale venduto è in media pari al 19,2%, anche se mancano informazioni complete sulla quantità di prodotto venduto (tab. 38). La stessa percentuale per i formaggi freschi e stagionati è del 37% (tab. 38). Anche i dati raccolti per lo yogurt e i formaggi sono caratterizzati da grande variabilità.

Tabella 38 Valori di sintesi di acquisti e vendite di latte e derivati nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Latte fresco (l)	14	8868	6805	900	5722	19609
	Latte fresco, % locale	14	25,71	37,15	0	0	100
vendite dei PdV	Latte fresco (l)	15	7731	6526	780	5259	18000
	Latte fresco, % locale	14	26,4	37,5	0	0	100
acquisti dei PdV	Yogurt(kg)	7	3329	3312	1000	2000	10500
	Yogurt, % locale	14	10,71	13,85	0	0	40
vendite dei PdV	Yogurt (kg)	7	2843	2890	800	1500	90000
	Yogurt, % locale	12	19,17	27,78	0	20	100

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Formaggi (kg)	13	51391	114107	1000	2800	329852
	Formaggi , % locale	15	37,67	36,2	5	20	100
vendite dei PdV	Formaggi (kg)	13	51187	113998	800	2300	329000
	Formaggi , % locale	15	37	36,83	0	20	100

4.3.5 Uova

In media, il 50,7% delle uova vendute dai PdV proviene dal territorio del SIN di appartenenza (tab. 39).

Tabella 39 Valori di sintesi di acquisti e vendite di uova nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Uova(kg)	15	5700	6984	100	600	21705
	Uova, % locale	15	54,67	33,57	0	50	100
vendite dei PdV	Uova (kg)	15	5679	6992	70	550	21680
	Uova, % locale	15	50,67	35,15	0	50	100

4.3.6 Vino

In media, il 42,9% del vino venduto dai PdV proviene dal territorio del SIN di appartenenza (tab. 40).

Tabella 40 Valori di sintesi di acquisti e vendite di vino nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Vino (l)	15	12489	14931	750	4300	49402
	Vino, % locale	15	47,33	22,82	10	40	100
vendite dei PdV	Vino (l)	15	12007	15235	288	4000	49400
	Vino, % locale	14	42,86	26,73	0	40	80

4.3.7 Olio

In media, il 25% dell'olio venduto dai PdV proviene dal territorio del SIN di appartenenza (tab. 41).

Tabella 41 Valori di sintesi di acquisti e vendite di olio nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Olio (l)	15	10652	11980	288	4000	38591
	Olio, % locale	15	27,33	32,83	0	20	90
vendite dei PdV	Olio (l)	15	10376	12125	950	3300	38500
	Olio, % locale	14	25	31,32	0	10	90

4.3.8 Frutta secca in guscio

Per quanto concerne la frutta secca in guscio, i PdV del SIN 3 acquistano per la commercializzazione principalmente nel mercato nazionale, ma circa un terzo proviene dall'ambito locale (il 34,17% del prodotto acquistato dai PdV per la commercializzazione è locale, tab. 42). Se osserviamo il venduto, in media, il 34,6% proviene dal mercato locale (tab. 42).

Tabella 42 Valori di sintesi di acquisti e vendite di frutta secca in guscio nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Frutta secca in guscio(kg)	14	11448	16643	240	1500	49874
	Frutta secca in guscio, % locale	14	26,79	34,17	0	5	80
vendite dei PdV	Frutta secca in guscio (kg)	14	11219	16767	240	1000	49800
	Frutta secca in guscio, % locale	13	27,31	34,62	0	5	90

4.3.9 Legumi

Per quanto concerne i legumi non sempre i PdV commercializzano il prodotto e, a volte, i referenti non sanno quantificare quanto richiesto. Per i legumi freschi da lavorare, la percentuale di prodotto locale venduto dai PdV è, in media, del 45% e si riscontra una grande variabilità del dato (tab. 43). La stessa percentuale per i legumi secchi e per i congelati è intorno al 35% ed anche in questi caso la variabilità è alta (tab. 43). Più bassa risulta invece la percentuale di locale se si osservano i legumi lavorati pronti al consumo (8%, tab. 43) ma, in questo caso, si hanno informazioni soltanto su 5 PdV.

Tabella 43 Valori di sintesi di acquisti e vendite di legumi nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	legumi freschi da lavorare (kg)	9	632,9	293,8	213	652	1000
	legumi freschi da lavorare, % locale	9	31,1	47	0	0	100
vendite dei PdV	legumi freschi da lavorare (kg)	8	548,8	230,3	213	575	829
	legumi freschi da lavorare, % locale	6	45	50,5	0	35	100
acquisti dei PdV	Legumi secchi (kg)	13	1486	690	596	1500	2500
	Legumi secchi, % locale	14	32,1	42,3	0	0	100
vendite dei PdV	Legumi secchi (kg)	13	1293	614	596	1000	2000
	Legumi secchi, % locale	12	35	41,2	0	10	100
acquisti dei PdV	Legumi congelati (kg)	9	3617	3785	800	2000	10490
	Legumi congelati, % locale	11	28,18	32,81	0	20	80
vendite dei PdV	Legumi congelati (kg)	8	3519	4119	650	1500	10400
	Legumi congelati, % locale	11	34,5	34,7	0	20	90

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Legumi lavorati pronti al consumo (kg)	4	6213	6684	80	5791	13191
	Legumi lavorati pronti al consumo, % locale	7	2,86	7,56	0	0	20
vendite dei PdV	Legumi lavorati pronti al consumo (kg)	4	6140	6630	60	5700	13100
	Legumi lavorati pronti al consumo, % locale	5	8	17,89	0	0	40

4.3.10 Ortaggi, verdure e funghi

Meno della metà dei PdV interpellati commercializzano ortaggi, verdure e funghi. In media, circa il 28,6% degli ortaggi a foglia larga venduto nei PdV del SIN3 proviene dal territorio locale (tab. 44). La stessa percentuale per gli ortaggi a foglia stretta è del 25% (tab. 44), per i cavolfiori e le brassicacee è del 16,7% (tab. 44), per le erbe aromatiche è del 25% (tab. 44), per i funghi coltivati è del 20% (tab. 44), per le patate è del 14,3% (tab. 44) e per altri tuberi del 10% (tab. 44). Anche in questo caso, tali percentuali risentono di grande variabilità tra i diversi PdV.

Tabella 44 Valori di sintesi di acquisti e vendite di ortaggi, verdure e funghi nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Ortaggi a foglia larga (Kg)	7	118,6	78	50	100	250
	Ortaggi a foglia larga, % locale	7	28,6	48,8	0	0	100
vendite dei PdV	Ortaggi a foglia larga (Kg)	7	92,1	60,3	40	80	200
	Ortaggi a foglia larga, % locale	7	28,6	48,8	0	0	100
acquisti dei PdV	Ortaggi a foglia stretta (Kg)	6	88,3	51,2	50	75	180
	Ortaggi a foglia stretta, % locale	6	25	38,9	0	10	100
vendite dei PdV	Ortaggi a foglia stretta (Kg)	6	71,7	43,6	40	55	150
	Ortaggi a foglia stretta, % locale	6	25	38,9	0	10	100
acquisti dei PdV	Cavolfiori e brassicacea (Kg)	6	333	572	50	100	1500
	Cavolfiori e brassicacea, % locale	6	16,7	40,8	0	0	100
vendite dei PdV	Cavolfiori e brassicacea (Kg)	6	97,5	37,1	35	95	140
	Cavolfiori e brassicacea, % locale	6	16,7	40,8	0	0	100
acquisti dei PdV	Erbe aromatiche (Kg)	6	265	459	40	100	1200
	Erbe aromatiche, % locale	6	10	20	0	0	50
vendite dei PdV	Erbe aromatiche (Kg)	6	72,5	31,3	30	90	100
	Erbe aromatiche, % locale	6	25	41,8	0	0	100
acquisti dei PdV	Funghi coltivati (Kg)	4	237,5	143,6	50	275	350
	Funghi coltivati, % locale	4	20	24,5	0	15	50
vendite dei PdV	Funghi coltivati (Kg)	4	202,5	128,2	30	240	300
	Funghi coltivati, % locale	4	20	24,5	0	15	50

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Patate (Kg)	7	1671	1501	700	1200	5000
	Patate, % locale	7	14,3	37,8	0	0	100
vendite dei PdV	Patate (Kg)	7	1414	1502	600	1000	4800
	Patate, % locale	7	14,3	37,8	0	0	100
acquisti dei PdV	Altri tuberi (Kg)	5	380	351	150	250	1000
	Altri tuberi, % locale	5	10	22,4	0	0	50
vendite dei PdV	Altri tuberi (Kg)	5	300	308	150	150	850
	Altri tuberi, % locale	5	10	22,4	0	0	50

4.3.11 Frutta

Se si osserva il dato sulla frutta, non tutti i PdV commercializzano la frutta. In media, circa il 28% della frutta grande venduta dai PdV è locale (tab. 45) mentre la frutta piccola venduta nei PdV del SIN 3 è tutta proveniente dal mercato nazionale (tab. 45).

Tabella 45 Valori di sintesi di acquisti e vendite di frutta nei PdV

	Categoria merceologica	N	Media	Deviazione standard	Minimo	Mediana	Massimo
acquisti dei PdV	Frutta grande (Kg)	8	9563	16981	900	2300	50000
	Frutta grande, % locale	8	28,1	40,7	0	0	95
vendite dei PdV	Frutta grande (Kg)	8	7868	14804	800	1850	43742
	Frutta grande, % locale	8	28,1	40,7	0	0	95
acquisti dei PdV	Frutta piccola (Kg)	7	2021	746	950	2500	2700
	Frutta piccola, % locale	6	0	0	0	0	0
vendite dei PdV	Frutta piccola (Kg)	7	1657	623	750	2000	2300
	Frutta piccola, % locale	7	0	0	0	0	0

5. SIN 1, SIN2 e SIN3, confronto dei risultati dell'indagine campionaria.

Dall'analisi desk si evince che i tre SIN contano rispettivamente 72 (SIN 1), 63 (SIN 2) e 38 (SIN 3) PdV. Nei tre SIN si rilevano caratteristiche simili dei PdV, in termini di m² occupati, numero di casse, tipo di canale distributivo e tipologia di canale di vendita. I PdV del SIN 1 ha un fatturato complessivo superiore rispetto ai PdV del SIN 2 (oltre 2 volte superiore) e ai PdV del SIN 3 (oltre 10 volte superiore). La media del fatturato per m² per i PdV del SIN 1 è un po' più alta rispetto a quanto osservato nel SIN 2 mentre, rispetto i PdV del SIN 3, tale valore per il SIN 1 è quasi il doppio. Il fatturato per cassa, invece è simile per SIN 1 e SIN 2 ,con una media di fatturato per cassa nei PdV circa tre volte il valore di quello riscontrato nel SIN 3.

Il tasso di risposta all'indagine è stato molto alto per i PdV del SIN 1 (0,88) rispetto gli altri SIN (0,67 per il SIN 2 e 0,39 per il SIN3).

Tabella 46 Caratteristiche generali dei PdV nei SIN (analisi desk)

	SIN 1	SIN 2	SIN 3
nr. PdV	72	63	38
Media dei m ² occupati dai PdV	750	759	770
% di PdV con al più 3 casse	56,9	65,1	60,5
Fatturato complessivo	383.917.853 €	176.878.118 €	38.166.739 €
Media fatturato x m ²	9.559 €	8.649 €	4.888 €
Media fatturato x cassa	1.187.733 €	1.314.118 €	413.850 €
tasso di risposta all'indagine	0,88	0,67	0,39

Per quanto concerne le carni, per il SIN 1 e 2 si è osservato che, a prescindere dalla tipologia di carne (bovina, ovina, suina, avicola, cunicola e equina), quasi tutto il quantitativo commercializzato nei PdV è acquistato dal consumatore e, in media, nei PdV in cui il prodotto è commercializzato, una buona parte del prodotto acquistato dai consumatori è di origine locale (40% SIN 1 e 30-35% SIN 2). Per i PdV che ricadono nel SIN 3 si osserva invece una quota di prodotto locale variabile in relazione alla tipologia di carne (percentuale media di prodotto locale venduto, carne bovina = 28,3%, carne ovina = 62,9%, carne suina = 24,6%, carne avicola = 21,3%, carne di coniglio = 53%, carne equina = 33,3%).

Quanto riscontrato per le carni, si riflette anche nella commercializzazione delle frattaglie: a prescindere dalla tipologia di frattaglie (bovina, ovina, suina, avicola, cunicola e equina), quasi tutto il quantitativo commercializzato nei PdV è stato acquistato dal consumatore e, in media, una buona parte del prodotto acquistato dai consumatori è di origine locale (46-49% SIN 1 e 32-36% SIN 2). Per i PdV che ricadono nel SIN 3 si osserva invece una quota di prodotto locale variabile in relazione alla tipologia di frattaglie (percentuale media di prodotto locale venduto, frattaglie bovine = 17,9%, frattaglie ovine = 36,7%, frattaglie suine = 40%, frattaglie avicole = 33,3%, frattaglie di coniglio = 45%, frattaglie equine = non commercializzate). Per quanto concerne la commercializzazione delle frattaglie è importante evidenziare che non tutti i PdV rispondenti commercializzano il prodotto (circa il 50% dei PdV del SIN 1 e pochissimi PdV dei SIN2-3).

Solo i PdV del SIN1 vendono pesce fresco, mentre i PdV dei 3 SIN commercializzano comunemente molluschi, crostacei, mitili, polpi, seppie, calamari freschi, surgelati e conservati. Relativamente a questi ultimi, si notano percentuali medie di prodotto locale acquistato tra il 54% e il 60% per il SIN1, intorno al 40% per il SIN2 e tra il 9% e il 15% per il SIN3.

Mediamente per il latte fresco, lo yogurt e i formaggi la percentuale di prodotto proveniente dal SIN e venduto dai PdV è intorno al 30-35% nel SIN1, 35-42% SIN2. Nel SIN3 percentuali

mediamente più basse si sono registrate per yogurt (19%) e latte (26%) e percentuali mediamente più alte o simili per i formaggi (42%).

Il SIN 3 mostra una percentuale media di prodotto locale venduto dai PdV più alta, rispetto agli altri SIN, per quanto concerne le uova (51% vs 31% del SIN1 e 37% del SIN 2).

La percentuale di vino locale venduto dai PdV del SIN1 (38%) è inferiore a quella dei PdV del SIN2 (45%) e del SIN3 (43%). Mentre, per quanto concerne l'olio, mediamente, circa il 40% dell'olio venduto dai PdV dei SIN 1 e 2 è di origine locale, la stessa percentuale è più bassa per i PdV del SIN 3 (25%).

Ampie differenze tra i SIN1-2 e il SIN3 si riscontrano se si osservano le percentuali di prodotto locale in relazione alla frutta secca e legumi (alte percentuali per i SIN1-2, più basse ma consistenti per il SIN3). Stessa cosa si può osservare anche per erbe aromatiche, funghi e patate, con un gap tra SIN1-2 e SIN3, in alcuni casi, inferiore rispetto a quello riscontrato per i legumi.

A prescindere dalla tipologia di frutta, in media, circa il 35% del prodotto acquistato nei PdV per il SIN1 e il 38% per il SIN2 è locale. Circa il 50% dei PdV del SIN3 commercializza frutta e, mediamente, circa il 28% di frutta grande venduta è di origine locale, mentre la frutta piccola venduta è esclusivamente non locale.

6. Conclusioni

Ad eccezione dei cereali, per tutte le categorie merceologiche indagate, si registra una quota di prodotto locale acquistato dai PdV e venduto al consumatore. Inoltre al netto delle differenze riscontrate tra i PdV dei tre SIN, tale quota non risulta essere irrisoria. Quanto riscontrato dall'indagine fa emergere una particolare attenzione del consumatore che vive nei territori dei tre SIN all'acquisto di prodotti animali e vegetali di origine locale.

Tale aspetto risulta essere particolarmente importante e deve necessariamente essere posto all'attenzione della comunità scientifica in studi orientati a valutare il rischio per ingestione di prodotti locali delle popolazioni residenti in aree SIN.

Bibliografia

1. C. Giosuè, A. Traina, C. Di Bella, R. Allegro, D. Carpintieri, V. Cusimano, M. Del Core, A. Bellante, F. Falco, S. Gherardi, M. Sprovieri. Inquinamento ambientale, cibo ed effetti sulla salute: problematiche metodologiche ed approccio innovativi. Monograph, Technical Report. CNR. (Unpublished) (2020). <http://eprints.bice.rm.cnr.it/id/eprint/20635>
2. De Leeuw, E.D., Hox, J.J., and Snijkers, G. (1995), "The Effect of Computer-assisted Interviewing on Data Quality. A Review", *Market Research Society Journal*, Vol. 37 No. 4, pp. 1-19. doi: 10.1177/147078539503700401
3. Caeyers, B., Chalmers, N., and De Weerd, J. (2012), "Improving consumption measurement and other survey data through CAPI: Evidence from a randomized experiment", *Journal of Development Economics*, Vol. 98 No. 1, pp. 19-33. doi: 10.1016/j.jdeveco.2011.12.001
4. ISMEA, (2019). RAPPORTO 2019 ISMEA – QUALIVITA sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG

7. Allegato A – Scheda di intervista

1.1	ID _____
1.2	Data intervista _____
1.3	Referente _____
1.4	Qualifica _____
1.5	GDO (insegna) _____
1.6	GDO (nome punto vendita) _____
1.7	Comune _____
1.8	Indirizzo _____
1.9	Numero dipendenti _____
1.10	m ² punto vendita GDO _____
1.11	Fatturato annuo (ultimo bilancio presentato) _____

2	In relazione alle seguenti categorie merceologiche, potrebbe indicare nell'anno precedente il totale acquistato (nazionale + estero) e la percentuale di prodotto acquistata in ambito nazionale e locale (si fa riferimento al punto vendita indicato nella domanda 1.6)?					
	Categoria merceologica	Totale acquistato (nazionale e estero) (Kg)	Quota Nazionale (%)	Locale 1 (% sul totale acquistato)	Locale 2 (% sul acquistato)	Locale 3 (% sul acquistato)
2.1	Carne	bovina				
2.2		ovina				
2.3		suina				
2.4		avicola				
2.5		coniglio				
2.6		equina				
2.7	Frattaglie	bovina				
2.8		ovina				
2.9		suina				
2.10		avicola				
2.11		coniglio				
2.12		equina				
2.13	Pesce fresco (banco refrigerato/pescheria)	Catturato				
2.14		Allevato				
2.15		Pesce azzurro				

2	In relazione alle seguenti categorie merceologiche, potrebbe indicare nell'anno precedente il totale acquistato (nazionale + estero) e la percentuale di prodotto acquistata in ambito nazionale e locale (si fa riferimento al punto vendita indicato nella domanda 1.6)?						
	Categoria merceologica		Totale acquistato (nazionale e estero) (Kg)	Quota Nazionale (%)	Locale 1 (% sul totale acquistato)	Locale 2 (% sul acquistato)	Locale 3 (% sul acquistato)
2.16	Pesce surgelato						
2.17	Freschi: Molluschi, crostacei, mitili, polpi, seppie, calamari						
2.18	Surgelati: Molluschi, crostacei, mitili, polpi, seppie, calamari						
2.19	Conservati: Molluschi, crostacei, mitili, polpi, seppie, calamari						
2.20	Uova						
2.21	Latte fresco						
2.22	Yogurt						
2.23	Formaggi freschi o stagionati						
2.24	Vino						
2.25	Olio						
2.26	Frutta secca in guscio						
2.27	Legumi	Freschi da lavorare					
2.28		secchi					
2.29		Congelati - surgelati					
2.30		Lavorati pronti al consumo					
2.31	Ortaggi, verdure e funghi	Ortaggi a foglia larga					
2.32		Ortaggi a stelo (a foglia stretta)					
2.33		Cavolfiori e brassicacea					
2.34		Erbe aromatiche					

2	In relazione alle seguenti categorie merceologiche, potrebbe indicare nell'anno precedente il totale acquistato (nazionale + estero) e la percentuale di prodotto acquistata in ambito nazionale e locale (si fa riferimento al punto vendita indicato nella domanda 1.6)?						
	Categoria merceologica		Totale acquistato (nazionale e estero) (Kg)	Quota Nazionale (%)	Locale 1 (% sul totale acquistato)	Locale 2 (% sul acquistato)	Locale 3 (% sul acquistato)
2.35		Funghi coltivati					
2.36		Patate					
2.37		Altri tuberi					
2.38	Cereali (frumento, orzo mais, etc)						
2.29	Frutta	Frutta grande (mela, arancia, melone, pera, etc)					
2.40		Frutta piccola (ciliegie, fragole, uva, etc.)					

3	In relazione alle seguenti categorie merceologiche, potrebbe indicare il totale venduto (peso) e la percentuale di prodotto venduto al consumatore di provenienza nazionale e locale (si fa riferimento al punto vendita indicato nella domanda 1.6)?						
	Categoria merceologica		Totale venduto (nazionale e estero) (Kg)	Quota Nazionale (%)	Locale 1 (% sul venduto)	Locale 2 (% sul venduto)	Locale 3 (% sul venduto)
3.1	Carne	bovina					
3.2		ovina					
3.3		suina					
3.4		avicola					
3.5		coniglio					
3.6		equina					
3.7	Frattaglie	bovina					
3.8		ovina					
3.9		suina					
3.10		avicola					
3.11		coniglio					
3.12		equina					

3	In relazione alle seguenti categorie merceologiche, potrebbe indicare il totale venduto (peso) e la percentuale di prodotto venduto al consumatore di provenienza nazionale e locale (si fa riferimento al punto vendita indicato nella domanda 1.6)?						
	Categoria merceologica		Totale venduto (nazionale e estero) (Kg)	Quota Nazionale (%)	Locale 1 (% sul venduto)	Locale 2 (% sul venduto)	Locale 3 (% sul venduto)
3.13	Pesce fresco (banco refrigerato/pescheria)	Catturato					
3.14		Allevato					
3.15		Pesce azzurro					
3.16	Pesce surgelato						
3.17	Freschi: Molluschi, crostacei, mitili, polpi, seppie, calamari						
3.18	Surgelati: Molluschi, crostacei, mitili, polpi, seppie, calamari						
3.19	Conservati: Molluschi, crostacei, mitili, polpi, seppie, calamari						
3.20	Uova						
3.21	Latte fresco						
3.22	Yogurt						
3.23	Formaggi freschi o stagionati						
3.24	Vino						
3.25	Olio						
3.26	Frutta secca in guscio						
3.27	Legumi	Freschi da lavoro					
3.28		secchi					
3.29		Congelati - surgelati					
3.30		Lavorati pronti al consumo					
3.31	Ortaggi, verdure e funghi	Ortaggi a foglia					
3.32		Ortaggi a stelo					
3.33		Cavolfiori e brassicacea					
3.34		Erbe aromatiche					
3.35		Funghi coltivati					
3.37		Patate					
3.38		Altri tuberi					
3.39		Cereali (frumento, orzo, mais, etc)					
3.40	Frutta	Frutta grande (mela, arancia, melone, etc)					

3	In relazione alle seguenti categorie merceologiche, potrebbe indicare il totale venduto (peso) e la percentuale di prodotto venduto al consumatore di provenienza nazionale e locale (si fa riferimento al punto vendita indicato nella domanda 1.6)?					
	Categoria merceologica	Totale venduto (nazionale e estero) (Kg)	Quota Nazionale (%)	Locale 1 (% sul venduto)	Locale 2 (% sul venduto)	Locale 3 (% sul venduto)
3.41	Frutta piccola (ciliegie, fragole, etc.)					

*locale, ossia prodotto nella:

Locale 1	Provincia di Messina: Terme Vigliatore, Barcellona Pozzo di Gotto, Milazzo, Pace del Mela, S. Filippo del Mela, Spadafora, Villafranca Tirrena;
Locale 2	Provincia di Siracusa: Lentini, Carlentini, Augusta, Melilli, Priolo Gargallo, Solarino, Floridia, Canicattini Bagni e Avola.
Locale 3	Provincia di Crotona: Crotona, Torretta, Torre Melissa, Tronca, Isola di Capo Rizzuto, Le Castella, Botricello e Steccato di Cutro.