

**IL PANEL
AGRO-ALIMENTARE
E DEMOGRAFICO
LOMBARDO (PAADEL)**

**Un'infrastruttura
di monitoraggio
dell'innovazione nella
produzione e nei consumi
del settore agroalimentare**

**a cura di
Silvia Biffignandi**

FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

**IL PANEL
AGRO-ALIMENTARE
E DEMOGRAFICO
LOMBARDO (PAADEL)**

**Un'infrastruttura
di monitoraggio
dell'innovazione nella
produzione e nei consumi
del settore agroalimentare**

**a cura di
Silvia Biffignandi**

FrancoAngeli

Copyright © 2012 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Presentazione, di Silvia Biffignandi	pag.	9
1. Caratteristiche e obiettivi del progetto	»	13
1.1. Introduzione	»	13
1.2. Obiettivi generali e specifici del progetto	»	14
1.2.1. Studi sulle indagini on-line e networking	»	16
1.2.2. Costruzione e follow-up del prototipo di sistema di panel lombardi	»	18
1.3. Gestione e diffusione	»	19
1.4. Considerazioni conclusive	»	20
2. Famiglie, imprese alimentari e diffusione di Internet in Lombardia: analisi della popolazione di riferimento	»	23
2.1. Introduzione	»	23
2.2. Le famiglie della Lombardia	»	24
2.3. Le imprese Ateco 10 e Ateco 11 in Lombardia	»	30
2.4. La diffusione di Internet	»	40
2.4.1. Popolazione (Italia)	»	41
2.4.2. Popolazione (Lombardia)	»	46
2.4.3. Internet per le imprese in Lombardia e Italia	»	49
3. Il sistema di rilevazione tramite panel	»	51
3.1. Considerazioni introduttive sui panel	»	51
3.2. Il sistema di panel del PAADEL	»	53
3.3. Il PAADEL Consumatori (Famiglie)	»	55
3.4. Il PAADEL Produttori (Imprese)	»	62
3.5. I panel sperimentali	»	67

3.5.1.	Il PAADEL Individui	pag.	67
3.5.2.	I panel volontari	»	68
4.	Results from the first wave of surveys	»	69
4.1.	Introduction	»	69
4.2.	Households Survey	»	70
4.3.	Firms Survey	»	78
4.4.	Concluding Remarks	»	82
5.	Aspetti economico-politici del settore agro-alimentare: inquadramento interpretativo	»	85
5.1.	Introduzione, finalità e struttura	»	85
5.2.	Il quadro macroeconomico di riferimento	»	86
5.2.1.	Tendenze a livello mondiale	»	86
5.2.2.	Aspetti congiunturali: il settore agro-alimentare nelle fasi di recessione	»	88
5.3.	Domanda agro-alimentare: modelli di consumo, principali evoluzioni, risposte alla crisi e nuove tendenze	»	91
5.3.1.	Caratterizzazione degli elementi rilevanti per la decisione di consumo alimentare	»	91
5.3.2.	Principali evoluzioni di consumi italiani	»	94
5.3.3.	I consumi alimentari in Italia nella recente congiuntura	»	96
5.3.4.	Nuove tendenze nei consumi agro-alimentari	»	97
5.3.4.1.	La ricerca di servizio time-saving	»	98
5.3.4.2.	La destrutturazione dei pasti	»	99
5.3.4.3.	L'attenzione al prezzo	»	100
5.3.4.4.	La maggiore attenzione agli equilibri socio-ambientali e culturali	»	100
5.3.4.5.	La ricerca del benessere soggettivo	»	101
5.3.4.6.	Il politeismo alimentare	»	101
5.4.	Offerta agro-alimentare: aspetti strutturali, interazioni con i consumi, tendenze innovative	»	102
5.4.1	Aspetti strutturali	»	103
5.4.1.1.	Il ruolo delle caratteristiche della popolazione	»	103
5.4.1.2.	Il ruolo della globalizzazione	»	104

5.4.2.	Aspetti congiunturali	pag.	105
5.4.3.	Elementi di tendenza	»	106
5.4.3.1.	Ruolo della GDO e attenzione al prezzo	»	106
5.4.3.2.	Attenzione per qualità e sicurezza	»	107
5.4.3.3.	Ruolo delle componenti immateriali del benessere soggettivo	»	108
5.5.	Considerazioni conclusive	»	108
6.	Some International Sources of Data Warehouses in Agro-Food	»	111
6.1.	Introduction	»	111
6.2.	Agricultural Sector	»	111
6.3.	Food Sector	»	117
7.	Le indagini sul settore agro-alimentare in Italia	»	125
7.1.	Le Famiglie	»	125
7.2.	Le Aziende	»	129
	Gli autori dei capitoli	»	133
	Riferimenti bibliografici	»	135
	Sitografia	»	141

Presentazione

di Silvia Biffignandi

Il volume descrive metodologia e risultati del progetto PAADEL (Panel Agro-Alimentare e DEMografico Lombardo).

Si tratta di un progetto cofinanziato da Regione Lombardia tramite il “Fondo per la promozione di accordi istituzionali”. Il progetto è stato realizzato dal Centro CASI (Centro Analisi Statistiche e Indagini Campionarie) del Dipartimento di Scienze Aziendali, Economiche e Metodi Quantitativi dell’Università degli Studi di Bergamo.

Il progetto ha costruito ben strutturati strumenti finalizzati alla raccolta di informazioni e dati, ovvero un prototipo di sistema di panel. Tale sistema di panel costituisce una infrastruttura utilizzabile per indagini future su temi vari del settore agro-alimentare lombardo (tra i quali, a titolo esemplificativo, aspetti relativi all’innovazione) analizzabili sia dal punto di vista del sistema produttivo che dal punto di vista del consumo. Nel corso dello sviluppo del prototipo, gli studiosi coinvolti hanno operato una efficace integrazione tra l’innovazione nel mondo della metodologia della ricerca, sulla quale hanno lavorato anche in contesto internazionale, e la realizzazione empirica di strumenti di raccolta dati regionali, quindi di interesse concreto e anche locale.

Il volume è suddiviso in due parti.

La prima parte (capitoli da 1 a 4) descrive la ricerca in tutti i suoi aspetti, dagli obiettivi, ai *network* sviluppati, al contesto, agli studi metodologici e sperimentali effettuati, alle rilevazioni sul campo e ai relativi risultati.

La seconda parte (capitolo da 5 a 7), invece, si focalizza su una breve analisi degli aspetti generali del settore agro-alimentare, sulle ricerche bibliografiche e sui questionari che sono stati effettuati durante il progetto.

La bibliografia, infine, è stata unificata e riportata tutta insieme al termine del volume.

Nel primo capitolo, Silvia Biffignandi, responsabile scientifico dello studio, illustra gli obiettivi e le caratteristiche generali del progetto, approfondendo gli aspetti di *networking* e sperimentazione.

Nel secondo capitolo, Daniele Toninelli presenta e commenta le statistiche relative allo scenario strutturale lombardo sia della situazione demografica, sia delle industrie del settore alimentare e bevande. Tale analisi è un punto di riferimento per comprendere le caratteristiche e la dimensione del sistema socio-economico di riferimento dello studio, in particolare dei panel che sono stati implementati. Un cenno alla diffusione di Internet consente di affiancare al quadro strutturale la percezione del peso di questo strumento di comunicazione nel contesto regionale lombardo.

Il terzo e quarto capitolo presentano in dettaglio la metodologia e le caratteristiche del prototipo costruito di sistema di panel lombardi, in parte basati sul Web. Più precisamente, nel terzo capitolo viene descritta la metodologia adottata per il reclutamento dei due panel probabilistici, uno relativo alle imprese del settore “*food and beverage*”, riconducibili alla classificazione Ateco 10 e 11, (PAADEL Imprese) e l’altro relativo alle famiglie lombarde (PAADEL Famiglie). Sono, inoltre, analizzate le caratteristiche dei due panel reclutati. In aggiunta, sono brevemente descritti altri panel costruiti ad integrazione dei due sopraccitati e utili a fini di studi di *benchmark* delle diverse metodologie di reclutamento dei panel. Poiché i panel probabilistici costruiti sono stati utilizzati per una prima indagine, nel quarto capitolo Annamaria Bianchi illustra i risultati e le scelte metodologiche effettuate per ottenere le stime presentate.

Come già accennato, la seconda parte del volume è volta a descrivere gli aspetti generali del settore alimentare e bevande a cui i panel

costruiti fanno riferimento. A questo scopo, Annamaria Variato si concentra sugli aspetti politico-economici (capitolo 5), mentre Roberto Artaz e Serena Signorelli (capitolo 6) presentano una breve rassegna delle fonti internazionali e Valeria Caviezel (capitolo 7) descrive alcune indagini italiane sul comportamento di consumo dei generi alimentari.

Silvia Biffignandi

Bergamo, dicembre 2012

Si ringraziano i collaboratori e gli intervistatori per l'impegno e la professionalità dimostrata e SMILab per il patrocinio manifestato al progetto.

Un ringraziamento a tutti coloro che sono intervenuti alla convegno di presentazione del progetto "Innovazione nell'alimentazione e bevande - Panel Agro-Alimentare e Demografico Lombardo (PAADEL)", in particolare agli intervenuti alla tavola rotonda per l'interessante dibattito: dott. Paolo Zanetti (Zanetti Spa e Federalimentare), Fabio Chiesa (SMILab) e Bruno Mazzoleni (Serim Spa).

Il presente volume è stato realizzato con il supporto del "Fondo per la promozione di accordi istituzionali", Regione Lombardia.

I contenuti sono stati discussi anche con colleghi del network internazionale europeo WEBDATANET.

Si ringraziano, infine, Beat Hulliger (University of Applied Sciences and Arts, Northwestern Switzerland) e Melanie Revilla (Research and Expertise Centre for Survey Methodology (RECSM), Universitat Pompeu Fabra, Barcelona) per la discussione approfondita di alcuni aspetti della ricerca, Jelke Bethlehem (The Hague University of Applied Sciences, The Hague, Netherlands) per il contributo sugli aspetti della non risposta.

1. Caratteristiche e obiettivi del progetto

di Silvia Biffignandi

1.1. Introduzione

La promozione e valorizzazione del settore agricolo e delle filiere agro-alimentari è un tema di grande rilievo non solo a livello lombardo, ma anche a livello nazionale ed europeo. A vari livelli territoriali, infatti, l'attenzione è puntata sulla ricerca di strategie che favoriscano lo sviluppo economico e la competitività dello stesso. In tale contesto, però, tutti si rendono sempre più conto che la via dello sviluppo e delle competitività si può realizzare solo operando in chiave sistemica. A livello europeo il High Level Group on the Competitiveness of the Agro-Food industry (HLG) ha enunciato una serie di raccomandazioni e riflessioni al proposito. Anche a livello regionale c'è consapevolezza e attenzione al fatto che si rende necessario fare sistema e attuare strategie affinché il settore agro-alimentare lombardo sia in grado di competere. Vi è quindi l'esigenza di studiare più a fondo i fattori di crescita e di competitività del settore e al tempo stesso individuare tempestivamente le innovazioni in atto e necessarie per competere estendendo la visione a tutta la filiera e all'interazione tra domanda e offerta.

L'intera catena agro-alimentare è entrata in un periodo non solo di globalizzazione, ma anche di aggiustamento strutturale. Il consolidamento, infatti, della catena agro-alimentare ha modificato le relazioni tra diversi attori (creando anche nuove opportunità di mercato). La catena è ormai molto complessa, gioca un ruolo importante nell'economia e connette tre importanti settori: agricoltura, industria dell'alimentazione e distribuzione. Richiede, inoltre, sempre maggio-

ri comportamenti di imprenditorialità da parte di tutti. Un ulteriore aspetto che accresce la complessità della catena e che determina il sopraccitato cambiamento strutturale riguarda il fatto che le preferenze dei consumatori stanno cambiando come risultato dello sviluppo del reddito e dei cambiamenti negli stili di vita e nella struttura della popolazione. Le valutazioni dei consumatori sui prezzi, la salubrità dei cibi e la salute, l'immagine del prodotto anche legata al *packaging* hanno imposto stringenti condizioni alle aziende e ne condizionano lo sviluppo dei mercati e dei prodotti.

Per finire, sullo scenario evolutivo più sopra descritto si è innestata e si continua ad innestare la pesante crisi economica che intacca i comportamenti e i quantitativi di consumo e di conseguenza le caratteristiche della produzione e della dimensione e localizzazione dei mercati.

1.2. Obiettivi generali e specifici del progetto

Alla luce delle considerazioni più sopra esposte appare evidente che per l'identificazione di azioni strategiche e per il monitoraggio approfondito del comparto agro-alimentare in generale, nella fattispecie di quello lombardo, è importante disporre in modo continuativo di vari elementi conoscitivi: non solo delle caratteristiche strutturali del settore, ma anche delle aspettative e dei comportamenti dei diversi attori economici.

Il progetto PAADEL si colloca in questo contesto di fabbisogno informativo e focalizza l'attenzione su due tipologie di attori che fanno parte del complesso quadro del comparto agro-alimentare: la prima tipologia riguarda i produttori (imprese) del settore agro-alimentare, la seconda riguarda il consumatore, così come può essere approssimato dai comportamenti rilevati presso le famiglie.

Relativamente a ciascuna di queste due tipologie di attori è stato costruito un panel rappresentativo, parzialmente on-line. I due panel costituiscono una infrastruttura di raccolta dati e informazioni ben strutturata su cui è stata condotta una prima indagine e che può esse-

re utilizzata per indagini future su diverse tematiche attinenti la produzione e i consumi del settore agro-alimentare.

La metodologia di costruzione dei panel basati in tutto o in parte sul Web richiede numerosi accorgimenti, competenze e attività di ricerca. Si tratta, infatti, di uno strumento di raccolta dati piuttosto innovativo ed in continua evoluzione per il quale le metodologie di indagine tradizionali in parte non sono adeguate e le cui specificità sono ancora oggetto di dibattito e ricerca. Uno dei temi più critici è, ad esempio, proprio la metodologia di costruzione di panel probabilistici rappresentativi della popolazione.

Date le problematiche sostanziali e metodologiche che riguardano la raccolta di informazioni per il settore agro-alimentare, il progetto PAADEL è stato strutturato in modo da alternare ed integrare obiettivi conoscitivi delle problematiche del settore tramite una infrastruttura di raccolta dati e studi metodologici e sperimentali, ciò al fine di contribuire alla ricerca nazionale ed internazionale sul fronte della raccolta dati via Web e di avvalersi delle più avanzate metodologie nella costruzione dell'infrastruttura sopraccitata.

Il progetto, pertanto, si è proposto quattro principali obiettivi:

- a. effettuare studi sulla raccolta dati on-line e sviluppare networking di ricerca;
- b. operare creando una serie di contatti con enti ed associazioni del settore agro-alimentare;
- c. costruire un prototipo di sistema di panel lombardi PAADEL, ovvero di un'infrastruttura per la raccolta dati sia dal lato delle imprese sia da quello dei consumatori;
- d. realizzare una prima indagine per ognuno dei due panel lombardi costruiti.

Nei paragrafi seguenti illustriamo brevemente le attività di ricerca connesse ai diversi obiettivi.

1.2.1. Studi sulle indagini on-line e networking

Gli approfondimenti metodologici e sperimentali attuati nella ricerca hanno riguardato principalmente i tre seguenti filoni tematici:

1. i criteri di costruzione del questionario on-line, la sua adeguatezza agli altri modi di raccolta dati, nonché la possibilità di utilizzo della somministrazione di quesiti vocali durante la somministrazione on-line e l'impatto sulla partecipazione all'indagine e sulla qualità del dato;
2. le strategie di incentivazione per la partecipazione a indagini anche ripetute;
3. lo studio dei metodi di ponderazione e delle loro performance statistiche in diversi contesti di raccolta dati, in particolare nella raccolta dati on-line, nelle situazioni di utilizzo di *mixed-mode approach*, di panel probabilistici e di panel non probabilistici.

Per quanto riguarda i criteri di costruzione del questionario (filone tematico citato più sopra come punto 1), merita di essere citato lo studio dell'impatto sulla qualità dei dati e sulla partecipazione all'indagine della somministrazione dei quesiti vocali. Questo tema è particolarmente interessante in una prospettiva di innovazione nei modi di raccolta dati via Web. Si tratta di un argomento che richiede numerose ricerche sperimentali, che mettano in evidenza problemi, vantaggi e svantaggi dell'utilizzo della somministrazione vocale dei questionari. Tali studi sono propedeutici alla effettiva scelta di implementazione di questo approccio in panel e indagini Web correntemente attivati. Prima di utilizzarlo sistematicamente è infatti fondamentale disporre di elementi di valutazione su come questo approccio possa incidere sul processo di partecipazione all'indagine e sulla qualità dei dati raccolti.

Lo studio da noi effettuato è consistito nella creazione di gruppi sperimentali randomizzati a cui è stato somministrato lo stesso questionario, ma con approcci diversi rispetto all'uso o meno del supporto audio per la presentazione delle domande. Definiamo i diversi approcci di somministrazione come "*text-based Web survey*" (che abbiamo

denominato *T-Web*) quando la somministrazione avviene usando il testo e “*audio-enhanced Web survey*” (denominato *A-Web*), quando viene utilizzata la somministrazione vocale (domande pre-registrate). Nell’esperimento si è voluto testare come la presentazione vocale incide sulla partecipazione all’indagine e sulla qualità del dato. Pertanto, lo stesso questionario è stato somministrato con approcci misti, differenti solo per il momento in cui interviene la presentazione vocale. In sintesi, l’esperimento è consistito nell’intervistare i gruppi (di controllo e sperimentali) utilizzando combinazioni diverse dei due approcci, secondo i seguenti criteri: a) questionario solo testuale (gruppo *T-Web*); b) presentazione e somministrazione di alcune domande in modo testuale, poi passaggio a modo audio (gruppo *T-Web* + *A-Web*); c) presentazione indagine e somministrazione prima domanda audio e poi passaggio a presentazione testuale (*A-Web* + *T-Web*). I risultati sono descritti in Biffignandi e Toninelli (2012).

Spesso si cerca di aumentare la partecipazione all’indagine attraverso l’uso di incentivi (Göritz, 2006). Nella nostra ricerca il tema della partecipazione alle indagini panel è stato affrontato secondo una prospettiva innovativa dell’uso degli incentivi come strumento di incoraggiamento alla partecipazione continuativa. Si è infatti realizzata una sperimentazione in cui è stato adottato un approccio basato sulla teoria della reciprocità, ovvero sull’attenzione al contatto con l’intervistato. Il questionario, perciò, è stato strutturato in modo da sviluppare il clima di reciprocità e fiducia auspicato dalla suddetta teoria. La sperimentazione circa il tasso di risposta, l’*attrition*, la tendenza a mentire e la fiducia e reciprocità è stata attuata somministrando ad una popolazione chiusa (i dipendenti pubblici in una provincia) quattro successive indagini. I risultati emersi sono illustrati in Biffignandi e Artaz (in corso di pubblicazione).

Con riferimento, infine, alle tematiche di approfondimento (indicate al punto 3) relative agli aspetti di ponderazione e al trattamento di panel probabilistici e di panel non probabilistici, durante il progetto sono stati effettuati studi empirici e metodologici su panel esistenti (quali *LISS - Longitudinal Internet Studies for Social Sciences* e il *Kaufman Foundation Panel*). I riferimenti bibliografici di questi studi sono indicati in bibliografia (Bianchi A., Biffignandi S., 2012a;

Bianchi A., Biffignandi S, 2012b; Bianchi A., Steinmetz S., Biffignandi S., Tjiedenis K., in corso pubblicazione).

Le ricerche più sopra citate sono state condotte in un contesto di collaborazione internazionale. Il manuale su come fare le indagini via Web, *Handbook of Web Surveys*, Biffignandi, Bethlehem, (2012) ha fatto da sfondo agli studi più specifici citati più sopra e alla fattiva collaborazione all'interno del network internazionale europeo sulla raccolta dati on-line, denominato WEBDATANET. Parallelamente al network scientifico, il networking settoriale si è sostanziato in una serie di contatti con imprenditori, enti ed associazioni del settore agro-alimentare. Interessante infine sottolineare il ruolo che il sito di progetto (brevemente descritto al paragrafo 1.3) assume nel contesto della diffusione delle informazioni non solo del progetto, ma anche delle statistiche settoriali e dell'informazione relativa al settore agro-alimentare.

1.2.2. Costruzione e follow-up del prototipo di sistema di panel lombardi

Come precedentemente accennato, uno degli obiettivi chiave del progetto è stata la costruzione di un sistema di panel che potessero rappresentare un interessante e permanente strumento di raccolta dati. Tale obiettivo risponde, da un lato, alla possibilità di soddisfare il fabbisogno informativo (attuale e futuro) su tematiche ritenute rilevanti per il monitoraggio e lo sviluppo del settore agro-alimentare, nonché di altri settori, dall'altro, di sviluppare competenze sempre maggiori sul tema delle indagini e panel (soprattutto on-line) e trasferire sullo strumento di raccolta dati le principali innovazioni metodologiche di frontiera della ricerca.

Non ci soffermiamo sui dettagli di queste fasi di ricerca in questo capitolo, in quanto esse sono trattate diffusamente nei capitoli 3 e 4 del presente volume.

In questa sede precisiamo soltanto che parliamo di sistema di panel PAADEL, in quanto, come precedentemente accennato, si sono

costruiti un panel di famiglie e uno di imprese. Inoltre, sebbene l'obiettivo prioritario dello studio sia stata la costruzione di due panel rappresentativi (uno di famiglie e uno di imprese), nel capitolo 3 si evidenzierà che sono stati costruiti anche altri panel utili a supporto delle sperimentazioni di ricerca al fine del miglioramento delle stime e della rappresentatività e qualità dei dati raccolti ottenibili nella prospettiva di futuri sviluppi del panel.

Un altro aspetto che è opportuno sottolineare fin da ora è che la costruzione di panel prevede una fase iniziale di reclutamento dei partecipanti al panel. Una volta reclutato il panel, questo verrà utilizzato per la conduzione di successive ondate (*surveys*, indagini) di raccolta dati su tematiche specifiche. In questo studio, una volta reclutato il panel è stata condotta una prima indagine di *follow-up* di utilizzo dello stesso per la raccolta di informazioni sul campo (i risultati dell'indagine sono descritti nel capitolo 4).

1.3. Gestione e diffusione

Il progetto è stato realizzato dal Centro CASI (Centro Analisi Statistiche e Indagini Campionarie); il centro è certificato QuESTIO (*Quality Evaluation in Science and Technology for Innovation Opportunity*).

Nel sito del Centro si trova una breve descrizione del progetto ed un rinvio al sito di progetto www.paadel.eu. Il sito consente di conoscere le principali caratteristiche e *output* del progetto e di avere aggiornamenti sulle attività che da esso prendono avvio. Inoltre, merita di essere segnalato che il sito contiene anche una serie di informazioni continuamente aggiornate sul settore agro-alimentare. Si tratta di dati interessanti sia per le aziende che per i consumatori. In particolare nel sito sono pubblicati dati statistici di fonte Istat di natura congiunturale e strutturale. Vi è inoltre una sezione dedicata ai *link* utili per approfondimenti di dati e informazioni sul settore agro-alimentare.