



SONDAGGIO D'OPINIONE

I PRODOTTI BIOLOGICI NELLA REGIONE MARCHE

DOCUMENTO INFORMATIVO COMPLETO

in ottemperanza al regolamento dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: delibera 153/02/CSP, allegato A, art. 3, pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002.

Autore: Explico snc di Barbara Temperilli e Stefano Musona

Committente: Regione Marche, Assessorato agricoltura

Criteri seguiti per la formazione del campione:

Campione rappresentativo della popolazione regionale maggiorenne, stratificato per aree geografiche, ampiezza centri, sesso ed età.

Fonte per la distribuzione dei parametri: dati ISTAT (censimento 2001)

Metodo di raccolta delle informazioni:

Interviste telefoniche con l'ausilio del calcolatore e questionario strutturato

Numero di persone interpellate ed universo di riferimento:

3842 contatti di cui 1311 risposte utili, pari al 34,1% delle telefonate effettuate. 2531 rifiuti/sostituzioni pari al 65,9%; Campione rappresentativo della popolazione regionale (Marche) maggiorenne.

Estensione territoriale: Regione Marche, in ognuno dei Comuni sotto indicati è stato effettuato almeno un contatto utile:

Acquasanta Terme, Acquaviva Picena, Altidona, Amandola, Appignano del Tronto, Arquata del Tronto, Ascoli Piceno, Carassai, Castel di Lama, Castignano, Castorano, Colli del Tronto, Comunanza, Cupramarittima, Falerone, Fermo, Folignano, Francavilla d'Ete, Grottammare, Grottazzolina, Lapedona, Magliano di Tenna, Maltignano, Massa Fermana, Massignano, Monsampolo del Tronto, Montalto Marche, Montappone, Montefalcone Appennino, Montefiore dell'Aso, Montegiberto, Montegiorgio, Montegranaro, Montepandone, Monterinaldo, Monterubbiano, Monte San Pietrangeli, Monte Urano, Monte Vidon Corrado, Montottone, Offida, Ortezzano, Pedaso, Petritoli, Ponzano di Fermo, Porto San Giorgio, Porto Sant'Elpidio, Rapagnano, Ripatransone, San Benedetto del Tronto, Sant'Elpidio a Mare, Servigliano, Smerillo, Spinetoli, Torre San Patrizio, Apiro, Appignano, Belforte del Chienti, Caldarola, Camerino, Castelraimondo, Castelsantangelo sul Nera, Cessapalombo, Cingoli, Civitanova Marche, Colmurano, Corridonia, Esanatoglia, Fiuminata, Gagliole, Gualdo, Loro Piceno, Macerata, Matelica, Mogliano, Monte Cavallo, Monte San Martino, Montecassiano, Montefano, Montelupone, Morrovalle, Muccia, Penna San Giovanni, Pieve Torina, Pievebovigliana, Pioraco, Pollenza, Ripe San Ginesio, San Ginesio, San Severino Marche, Sant'Angelo in Pontano, Sarnano, Sefro, Serrapetrona, Serravalle di Chienti, Tolentino, Treia, Urbisaglia, Ussita, Agugliano, Ancona, Arcevia, Belvedere Ostrense, Camerano, Camerata Picena, Castelbellino, Castelcolonna, Castelfidardo, Castelplanio, Cerreto d'Esi, Chiaravalle, Corinaldo, Cupramontana, Fabriano, Falconara Marittima, Filottrano, Jesi, Loreto, Monsano, Montemarciano, Monte San Vito, Morro D'Alba, Numana, Offagna, Osimo, Polverigi, San Marcello, Santa Maria Nuova, Sassoferrato, Senigallia, Serra de' Conti, Serra San Quirico, Sirolo, Staffolo, Aqualagna, Apecchio, Barchi, Cagli, Carpegna, Cartoceto, Casteldelci, Colbordolo, Fano, Fermignano, Fossombrone, Frontino, Frontone, Gabicce Mare, Macerata Feltria, Maiolo, Mercatello sul Metauro, Mondavio, Mondolfo, Monte Cerignone, Monte Grimano, Monte Porzio, Montecalvo in Foglia, Montecopiolo, Montefelcino, Montelabbate, Montemaggiore al Metauro, Novafeltria, Orciano di Pesaro, Peglio, Pennabili, Pergola, Pesaro, Petriano, Pietrarubbia, Piobbico, Saltara, San Costanzo, San Giorgio di Pesaro, San Leo, Sant'Agata Feltria, Sant'Angelo in Vado, Sant'Ippolito, Sassocorvaro, Sassofeltrio, Serra, Serrungarina, Talamello, Tavoleto, Tavullia, Urbania, Urbino

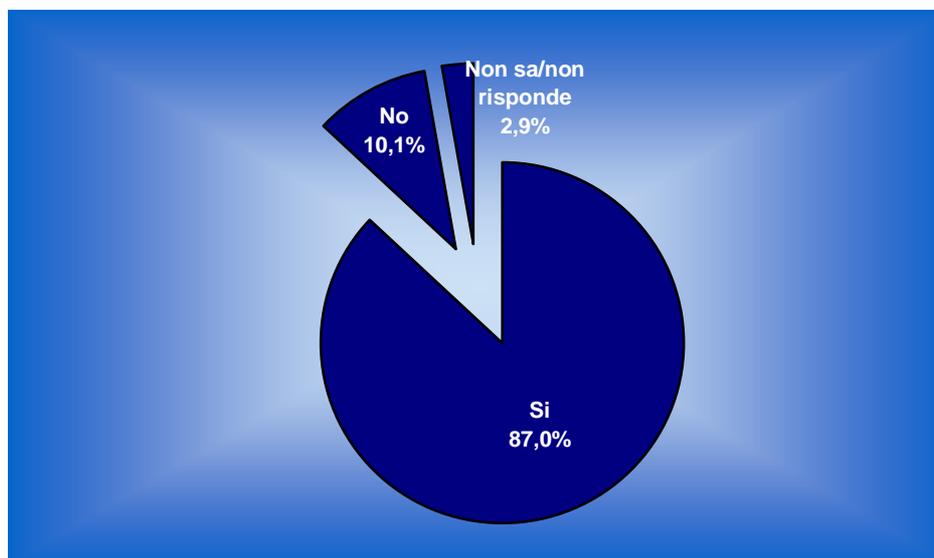
Data in cui è stato realizzato il sondaggio:

24-29 novembre 2003

Testo integrale di tutte le domande rivolte ai rispondenti e relative risposte.

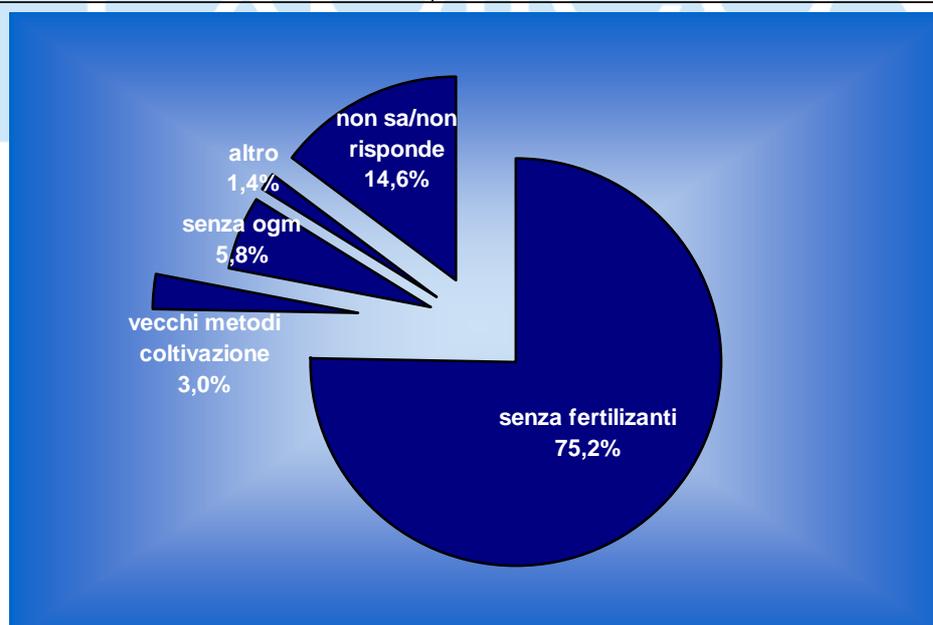
1. Lei sa cos'è un prodotto biologico?

Si	87.0 %
No	10.1 %
Non sa/non risponde	2.9 %



2. Che cos'è un prodotto biologico?

E' un prodotto che si ottiene senza utilizzare fertilizzanti, pesticidi e fertilizzanti chimici e industriali	75.2 %
E' un prodotto che si ottiene con vecchi metodi di coltivazione	3.0 %
E' un prodotto che si ottiene privo di organismi geneticamente modificati	5.8 %
Altro	1.4 %
Non sa/non risponde	14.6 %



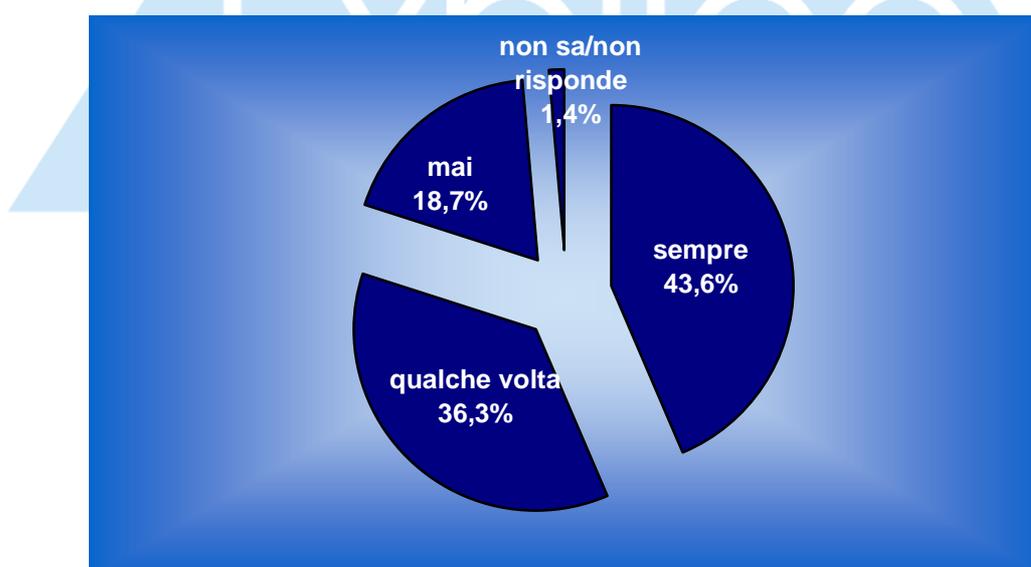
3. Lei o la sua famiglia acquista prodotti biologici?

Sempre (ogni settimana)	18.8 %
Qualche volta (una volta al mese)	22.0 %
Raramente	26.2 %
Mai	30.0 %
Non sa/non risponde	3.0 %



4. Legge l'etichetta del prodotto che acquista?

Sempre	43.6 %
Qualche volta	36.3 %
Mai	18.7 %
Non sa / non risponde	1.4 %



5. Quando acquista un prodotto biologico, da cosa lo riconosce?

Dall'etichetta	20.3 %
Dal marchio del prodotto	26.1 %
Dal negozio specializzato	4.7 %
Dall'insegna del reparto del supermercato	21.4 %
Orto di casa, contadino di fiducia	2.9 %
Non acquista biologico	17.4 %
Non sa / non risponde	7.2 %



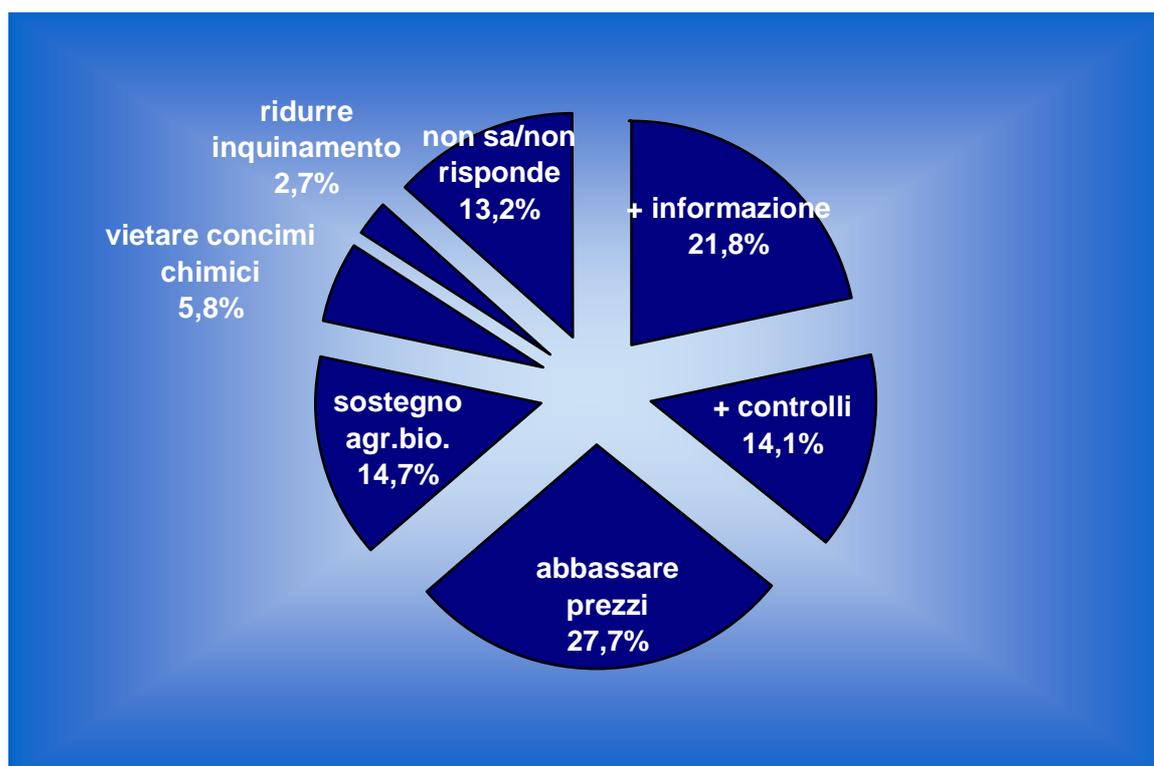
6. Ha fiducia nei prodotti biologici?

Sì	40.6 %
No	13.3 %
Con cautela	33.3 %
Non sa/non risponde	12.7 %



7. Cosa dovrebbero fare le Istituzioni Pubbliche per aumentare il consumo dei prodotti biologici?

Più informazione / educazione / promozione	21.7 %
Più controlli volti a garantire il consumatore/marchio di garanzia	14.3 %
Abbassare i prezzi / aumentare retribuzioni	27.6 %
Sostenere economicamente le produzioni biologiche	14.6 %
Vietare l'uso di concimi e fertilizzanti chimici	5.8 %
Ridurre inquinamento	2.7 %
Non sa / non risponde	13.2 %



Rappresentatività dei risultati:

Il margine di errore relativo ai risultati del sondaggio (livello di significatività del 95%) è al massimo ± 3.9 % per i valori percentuali più importanti.

Note:

Come si evince dalla lettura dei risultati della prima domanda, è altissima la percentuale degli intervistati che dichiara di sapere cos'è un prodotto biologico (87%). Dalle ulteriori informazioni ricavate e registrate durante le interviste ma non inserite per ovvie ragioni nel questionario, oltre il 50% di quelli che hanno detto sì alla prima domanda, fornisce una definizione esatta contestualmente, senza attendere la lettura della seconda e delle possibili definizioni elencate.

Tanta sicumera deriva, forse, dalle origini contadine della nostra Regione che, in effetti, non pochi intervistati hanno richiamato nel corso del colloquio.

Rispetto alla terza domanda, sulle abitudini di acquisto dei prodotti biologici, bisogna specificare che la risposta predeterminata “ sempre” può indicare anche l'abitudine ad acquistare sempre un solo prodotto biologico. Alcune mamme, ad esempio, con bambini piccoli, hanno dichiarato di

comprare solo carne biologica; altre, il latte o le uova. Tra quel 18,8% che dice di comprare sempre biologico, non pochi hanno ammesso di preferirlo per la verdura e la frutta.

Di quel 22% che dice di comprare solo qualche volta biologico, occorre sottolineare che molti di questi prendono in considerazione questa possibilità solo a parità di prezzo o a un prezzo non troppo distante da quello di un prodotto convenzionale. Altri, invece, perché preferiscono una determinata marca di biscotti o yogurt o il pane che però non acquistano regolarmente, cioè ogni settimana.

Il 26% per cento, inoltre, afferma di comprare raramente biologico, in occasione di una promozione o per sperimentare sapori o marchi nuovi.

Chi dichiara di non comprare mai biologico, ha diverse motivazioni. Alcuni perché non hanno fiducia: sempre dai dati che spontaneamente ciascun intervistato ha fornito durante l'intervista, possiamo dire che, rispetto alla sfiducia, qualcuno (pochissimi) ha ricordato il programma Report di Rai tre che alcuni mesi fa aveva trasmesso un'inchiesta sull'agricoltura biologica denunciando le speculazioni e l'assenza di garanzie o informazioni certe per i consumatori. Altri perché è troppo costoso per le loro tasche; altri, ancora (soprattutto casalinghe) perché non lo prendono nemmeno in considerazione in quanto fidelizzati ai marchi tradizionali o poco informati sul significato e sui vantaggi del biologico; alcuni perché dicono di avere l'orto o un contadino di fiducia. Dato, quest'ultimo, confermato dalle risposte alla quinta domanda dove il 2,9% dice, non correttamente ma abbiamo lasciato questa possibilità, di riconoscere un prodotto biologico perché lo produce il contadino di fiducia o direttamente, anche se poi non è detto che il contadino di fiducia non usi fertilizzanti o concimi chimici.

Proprio sulle risposte alla quinta domanda occorre fare un'ulteriore precisazione. Il margine di errore in questo caso è sicuramente più elevato delle altre perché abbiamo capito che non pochi confondono il marchio con l'etichetta.

Nell'ultima domanda, invece, emerge chiaramente come l'assenza di informazione, educazione e promozione adeguate sia molto sentita dal campione.

Tra quel 21,7% che suggerisce alle istituzioni pubbliche di incrementare le attività suddette, c'è chi ha sottolineato l'importanza di una corretta educazione a partire dalla scuola e dalle mense scolastiche; altri dicono che occorre impostare una strategia di comunicazione che legghi insieme il mangiare, la salute, l'ambiente e la qualità della vita; non manca, infine, chi chiede più informazione per scegliere più tranquillamente e potersi, quindi, meglio tutelare.

Il 14,3% afferma di volere più controlli, in linea con quanto anche sopra emerso.

Il clima di austerità e crisi si riflette, ovviamente, anche in questo campo. Molti, il 27,6%, hanno detto che potendo comprerebbero biologico perché più sano ma dovendo fare i conti a fine mese....

Il 5,8%, inoltre, sostiene che l'unico modo per incrementare il consumo dei prodotti biologici sia quello di vietare a tutti di usare fertilizzanti chimici mentre un altro 2,7% pessimisticamente sostiene che il vero biologico ci sarà quando diminuirà l'inquinamento.

Non pochi sono poi sensibili al problema del sostegno economico degli agricoltori biologici (14,6%), con l'avvertenza tuttavia che si tratti di veri produttori biologici e non di truffatori.

A differenza delle altre domande a risposte chiuse (tranne la 2° e la 5° che sono a risposta chiusa ma lasciavano all'intervistato la possibilità di integrarle) quest'ultima è l'unica a risposta aperta, dove, quindi, ciascun intervistato era libero di esprimere qualunque punto di vista senza alcun suggerimento da parte dell'intervistatore.