

## Guida alla lettura

L'applicativo "tableau public" consente di interrogare il database sui consumi domestici di prodotti ittici in maniera interattiva. E' possibile selezionare la categoria di interesse (totale prodotti ittici, allevato, pescato, servito, non servito) o il singolo prodotto e per questi consultare le seguenti misure:

- Famiglie acquirenti
- Penetrazione assoluta (%)
- Acquisto medio (kg)
- Frequenza di acquisto
- Acquisto medio per atto (kg)
- Spesa media (euro)
- Spesa media per atto (euro)
- Prezzo medio (euro/kg)

Passando il cursore su ciascuna misura è possibile visualizzare un benchmarking delle categorie e dei prodotti per la misura di riferimento.

I dati si riferiscono all'anno 2019 ed è disponibile anche la variazione rispetto al 2018.

Per il totale dei prodotti ittici è possibile consultare le misure sopra elencate declinate per le seguenti variabili socio-demografiche:

- Aree geografiche: Nord-Ovest, Nord-Est, Centro + Sardegna, Sud + Sicilia
- Classe socio-economica: alta, medio-alta, medio-bassa, bassa
- Ampiezza del nucleo familiare: 1, 2, 3, 4, 5 e più componenti
- Fascia di età del responsabile acquisti: < 34 anni, 35-44 anni, 45-54 anni, 55-64 anni, 65 e più anni
- Presenza di bambini in famiglia: presenza figli 0-15 anni, assenza figli 0-15 anni

Passando il cursore su ciascuna variabile socio demografica è possibile visualizzare tutte le misure relative alla variabile di riferimento.

Per i singoli prodotti è possibile consultare l'indice di penetrazione e l'indice di acquisto medio di mercato declinati per i profili socio-demografici.

La base informativa utilizzata comprende i seguenti prodotti ittici:

|                                    |               |                    |
|------------------------------------|---------------|--------------------|
| • Alici / Acciughe                 | • Merluzzi    | • Scampi           |
| • Baccalà                          | • Moscardini  | • Seppie           |
| • Calamari                         | • Naselli     | • Sgombro          |
| • Cefali                           | • Orate       | • Sogliole         |
| • Cernia                           | • Palombi     | • Spigole/Branzini |
| • Coda Di Rospo/Rana<br>Pescatrice | • Pangasio    | • Stoccafisso      |
| • Cozze                            | • Persico     | • Tonno            |
| • Dentice                          | • Pesce spada | • Totani           |
| • Gallinella/Cappone               | • Platessa    | • Triglia          |
| • Gamberetti                       | • Polpi       | • Trota salmonata  |
| • Gamberi                          | • Rombo       | • Trote            |
| • Insalata Di Mare                 | • Salmoni     | • Vongole          |
| • Mazzancolle                      | • Sarde       | • Altre tipologie  |

## Glossario per la lettura

- **Breakdown sociodemografici:** area geografica e classe socio-economica
- **Nord Ovest:** Piemonte, Val d'Aosta, Liguria e Lombardia
- **Nord Est:** Triveneto ed Emilia-Romagna
- **Centro:** Toscana, Umbria, Lazio, Marche e Sardegna
- **Sud:** Campania, Calabria, Abruzzo, Molise, Basilicata, Puglia e Sicilia
- **Classe socioeconomica:** determinata sulla base delle dichiarazioni di reddito delle famiglie del Panel e delle dotazioni dichiarate (es. seconda casa, tipo di auto, tipo di elettrodomestici, abbonamenti vari)
- **Famiglie acquirenti:** numero di famiglie italiane che hanno acquistato almeno una volta il prodotto in analisi nel periodo di osservazione
- **Penetrazione assoluta:** famiglie acquirenti / universo famiglie italiane (25,9 milioni)
- **Frequenza di acquisto:** numero medio di atti di acquisto da parte delle famiglie nel periodo di osservazione
- **Acquisto medio (kg):** volume acquistato / numero di famiglie acquirenti
- **Acquisto medio per atto:** acquisto medio/ frequenza di acquisto
- **Spesa media:** valore acquistato / numero di famiglie acquirenti
- **Prezzo medio:** valore acquistato / volume acquistato
- **Età del responsabile degli acquisti:** le età si riferiscono al/ alla responsabile acquisti, definito univocamente per ciascuna famiglia nel panel (un/ una Responsabile Acquisti per famiglia, che viene indicata dal panelista quando entra a far parte del campione)
- **Indice di penetrazione o Penetration Index:** è calcolato come scostamento tra l'allocazione delle famiglie acquirenti il prodotto oggetto di analisi nei break-down

sociodemografici rispetto all'allocazione dell'universo delle famiglie italiane negli stessi break-down. A titolo di esempio il Penetration Index di 91 delle Alici/ Acciughe nel Nord-Ovest deriva dal fatto che messi a 100 gli acquirenti di Alici/ Acciughe in Italia, il 25.5% risiede al Nord-Ovest mentre considerando l'Universo delle famiglie italiane il 28.1% risiede al Nord-Ovest e pertanto  $25.5\% / 28.1\% \times 100 = 91$  che evidenzia quindi un gap negativo di Penetrazione di questa tipologia nel Nord-Ovest

- **Indice di acquisto medio di mercato o Volume per buyer Index:** è calcolato come Indice di acquisto medio del prodotto oggetto di analisi nei break-down sociodemografici rispetto all'acquisto medio del prodotto a Totale Italia. A titolo di esempio il Volume per Buyer Index pari a 78 delle Alici/ Acciughe nel Nord-Ovest è frutto di un acquisto medio di Alici/ Acciughe nell'area Nord-Ovest pari a 2,389 kg, indicizzato su un acquisto medio nazionale di Alici/ Acciughe pari 3,046 kg a e pertanto  $2,389 / 3,046 \times 100 = 78$ , che evidenzia un gap negativo di acquisti a volume (e quindi consumi) di questa tipologia nel Nord-Ovest