



RAPPORTO ETICHETTATURA MERCATI REGIONALI 2011



**RAPPORTO SULL'ETICHETTATURA DI ORTOFRUTTA E
PRODOTTI ITTICI NEI MERCATI RIONALI
2011
MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO**

Mercati rionali ed etichettatura, MDC: ancora troppi i banchi fuori legge

Ortofrutta, solo il 24% rispetta le norme. Meglio il settore ittico con il 43% dei banchi in regola. L'origine tra le informazioni meno presenti

“Sono ancora troppi i banchi nei mercati rionali che non rispettano la normativa in materia di etichettatura. Ricordiamo che per il consumatore l’etichetta è la carta di identità del prodotto ed è quindi essenziale che questa sia sempre presente, anche nei mercati rionali – ha detto **Silvia Biasotto del Dipartimento Sicurezza Alimentare del Movimento Difesa del Cittadino** - In particolare, è grave notare come proprio una informazione importante come l’origine sia poco diffusa. La conoscenza del consumatore della provenienza dei prodotti è fondamentale per informare lo stesso in caso di emergenze alimentari, per combattere l’omologazione degli alimenti e la delocalizzazione delle attività e perché **il cittadino ha diritto alla massima informazione chiara e trasparente**”.

In particolare, i banchi in regola sono il 24% del campione esaminato nel caso del settore ortofrutticolo e 43% per il settore ittico. Tra le informazioni meno presenti in etichetta vi è proprio l’origine del prodotto, indicata solo nel 39% dei casi per l’ortofrutta e 51% per i prodotti ittici. E’ quanto emerge dal **Rapporto sull’etichettatura di ortofrutta e prodotti ittici nei mercati rionali 2011 redatto dal Movimento Difesa del Cittadino**.

L’associazione, **con la collaborazione delle sedi locali**, ha visitato i mercati rionali nelle città delle seguenti regioni italiane: Basilicata; Calabria; Campania; Emilia-Romagna; Friuli Venezia Giulia; Lazio; Marche; Piemonte; Sicilia; Toscana. **In totale sono stati rilevati 547 banchi: 373 per l’ortofrutta e 174 per i prodotti ittici**.

Per il comparto ortofrutta sono ben tre le regioni che conquistano la cd “maglia nera” in materia di etichettatura dell’ortofrutta nei mercati rionali: Calabria, Campania e Sicilia. La performance migliore è invece stata sperimentata dal Friuli Venezia Giulia dove tutto il campione rispettava in pieno la normativa. Seguono la Toscana (60%) e le Marche (48%). Il dato è particolarmente insoddisfacente per quanto riguarda l’informazione relativa **all’origine. In media**

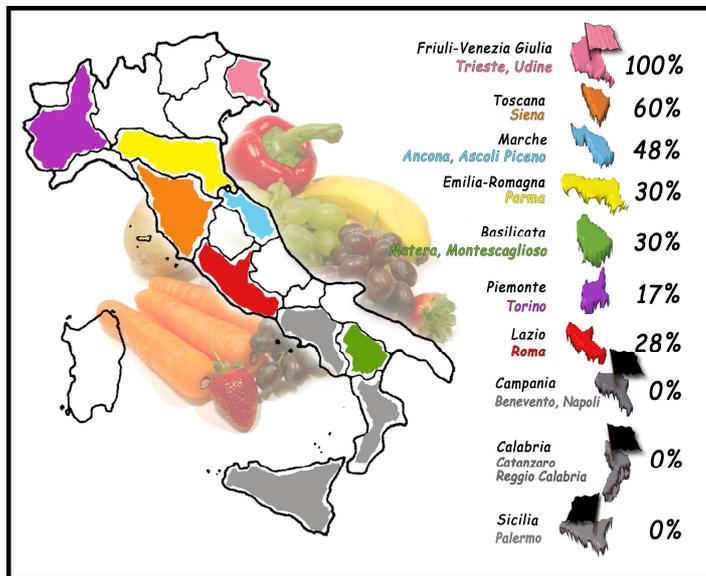
solo il 39% del campione esponeva l'indicazione della provenienza di frutta e verdura.

Per quanto riguarda il settore ittico Calabria (Catanzaro; Reggio Calabria) e Sicilia (Palermo) sono le due regioni a cui spetta il triste primato in materia di etichettatura dei prodotti ittici. In Friuli Venezia Giulia invece tutti i venditori rilevati esponevano le 4 informazioni considerate nella indagine. Buone le performance delle Marche (68%) e della Basilicata (64%). Come per gli anni precedenti, le informazioni più diffuse sono la denominazione commerciale della specie, indicata nell'89% dei casi, e il prezzo presente nell'86% delle rilevazioni. Seguono la zona di cattura o di allevamento presente nel 47% dei banchi rilevati e il metodo di produzione con una percentuale di presenza del 51%.

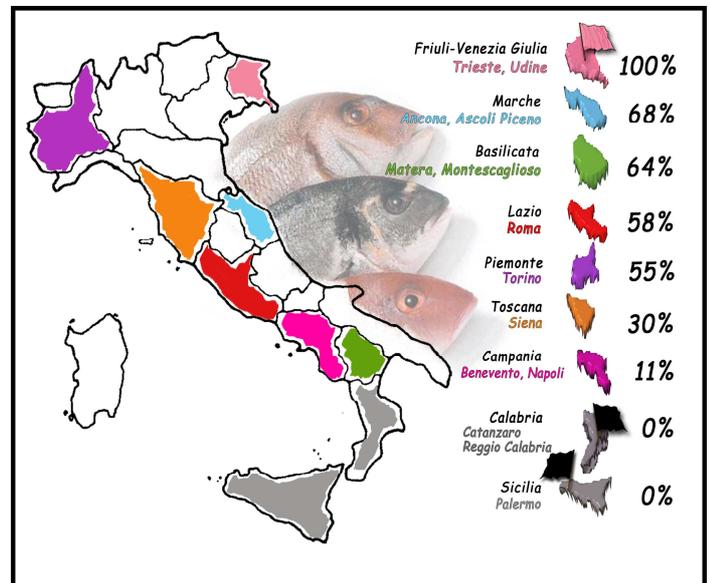
Ma come devono essere le etichette di questi prodotti nei mercati rionali? Per i prodotti ittici devono essere indicate: la denominazione commerciale della specie, il metodo di produzione o la zona di cattura o di allevamento. Per l'ortofrutta, invece, in cassetta i commercianti devono segnalare la varietà, l'origine e la categoria.

I banchi in regola nelle regioni – 2011

Ortofrutta



Prodotti ittici



Attenzione anche alla sostenibilità del pesce

Acciuga, sgombro, merluzzo bianco, branzino e sardine sono le specie più diffuse nei mercati rionali rilevati nelle 10 regioni oggetto dell'indagine del Movimento Difesa del Cittadino. Ai primi due posti troviamo due pesci azzurri come l'acciuga presente nel 66% dei casi e lo sgombro rilevato nel 58% dei casi. Tra le specie meno diffuse il tonno (pinna gialla e rosso), probabilmente

perché fuori stagione, anche se non mancano i casi di importazione.

“Tante le possibili soluzioni al problema e tra queste il ruolo del consumatore che può imparare a variare la propria dieta **evitando di acquistare sempre le stesse specie ittiche, prediligere quelle meno sovrasfruttate e rispettando la stagionalità del pesce - ha aggiunto Biasotto -** Per questo il Movimento Difesa del Cittadino ha voluto quest’anno rilevare anche le specie offerte nei mercati rionali al fine di creare un database che consenta nel tempo di valutare le specie ittiche più diffuse. **Il ruolo dei venditori è molto importante** in termini di informazione al consumatore anche riguardo la sostenibilità delle specie ittiche e in termini di offerta di una ampia e sostenibile varietà di prodotti ittici.

Specie ittica (solo pescato)	% di presenza
Acciuga	66
Sgombro	58
Merluzzo bianco	56
Branzino	55
Sardina	53
Cefalo	51
Pesce spada	48
Orata	42
Nasello	34
Occhiata	22
Pesce sciabola	20
Sugarello	17
Tonno Pinna gialla	13
Tonno rosso	9

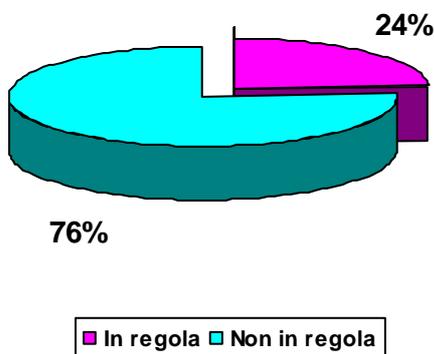
Il Rapporto è stato curato da Silvia Biasotto, Natasha Turano e Giusy Strano. Si ringrazia la preziosa collaborazione delle sedi locali di MDC e di Chiara e Carlo Copertina: Luna Pini

L'INDAGINE DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO SULL'ETICHETTATURA DELL'ORTOFRUTTA NEI MERCATI RIONALI

Solo il 24% dei banchi di ortofrutta monitorati dal Movimento Difesa del Cittadino nei mercati rionali d'Italia rispetta la normativa in materia di etichettatura. In particolare, l'associazione **ha visitato i mercati rionali di 11 città in 10 regioni**: *Basilicata (Matera, Montescaglioso); Calabria (Catanzaro, Reggio Calabria); Campania (Benevento - Napoli); Emilia-Romagna (Parma); Friuli Venezia Giulia (Trieste e Udine) ; Lazio (Roma); Marche (Ancona e provincia, Ascoli Piceno, San Benedetto del Tronto); Piemonte (Torino); Sicilia (Palermo); Toscana (Siena)*. **In totale sono state rilevate le etichette di 373 banchi di ortofrutta presso i mercati rionali d'Italia** (con esclusione dei farmer's market).

Si tratta di un valore molto deludente, il più basso degli ultimi 4 anni. In particolare, quando MDC iniziò la rilevazione la percentuale di banchi in regola sfiorava il 40% per poi scendere al 34% nel 2009, al 26% nel 2010 e infine al dato di questo rapporto: 24%

I banchi in regola - 2011



Fonte: MDC

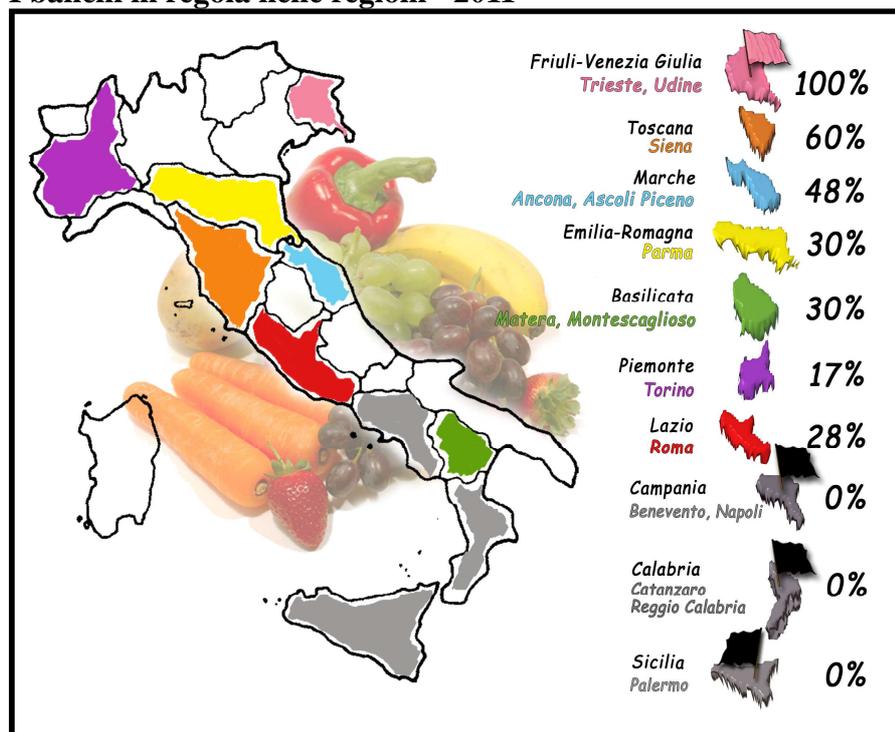
I banchi in regola negli anni

ANNI	BANCHI IN REGOLA %
2008	38
2009	34
2010	26
2011	24

Fonte: MDC

Quest'anno sono ben tre le regioni che conquistano la cd "maglia nera" in materia di etichettatura dell'ortofrutta nei mercati rionali: Calabria, Campania e Sicilia. E' utile ricordare come per "banchi in regola" si intendano venditori che espongono tutte le quattro informazioni considerate: prezzo, varietà, origine e categoria. E' pertanto necessario sottolineare come il valore pari a 0 di queste tre regioni sia dato soprattutto da una diffusa non presenza delle indicazioni relative all'origine e alla varietà. **La performance migliore è invece stata sperimentata dal Friuli Venezia Giulia** dove tutto il campione rispettava in pieno la normativa. **Seguono la Toscana (60%) e le Marche (48%).**

I banchi in regola nelle regioni - 2011



Fonte: MDC

Prodotti ortofrutticoli - I contenuti delle etichette - 2011

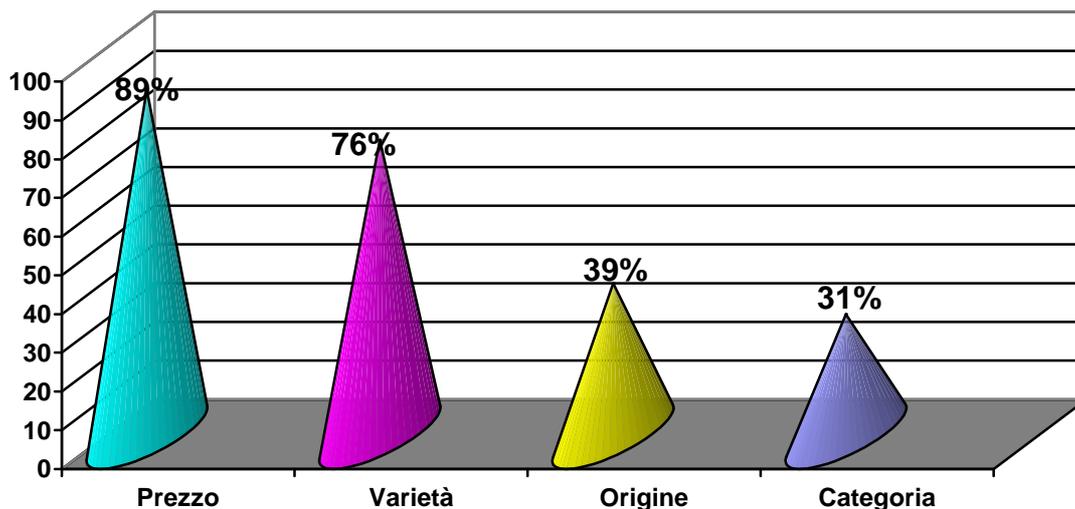
	BANCHI	PREZZO %	VARIETA' %	ORIGINE %	CATEGORIA %
Basilicata (Matera, Montescaglioso)	23	74	87	57	35
Calabria (Catanzaro, Reggio Calabria)	64	63	33	9	13
Campania (Benevento, Napoli)	40	93	80	8	0
Emilia-Romagna (Parma)	20	100	80	55	30
Friuli Venezia Giulia (Trieste, Udine)	11	100	100	100	100
Lazio (Roma)	60	93	88	67	65
Marche (Ancona e provincia, Ascoli Piceno, San Benedetto del Tronto)	76	100	76	39	28
Piemonte (Torino)	29	90	90	62	17
Sicilia (Palermo)	30	97	97	0	0
Toscana (Siena)	20	100	90	75	85
TOTALE	373	89	76	39	31

Fonte: MDC

Il dato è particolarmente insoddisfacente per quanto riguarda l'informazione relativa all'origine. In media solo il 39% del campione esprimeva l'indicazione della provenienza di frutta e verdura. E' da sottolineare la particolare enfasi conferita all'importanza di questa informazione sia da parte del legislatore, che dei consumatori che dei produttori stessi. Più volte lo

stesso MDC ha sottolineato come la conoscenza del consumatore della provenienza dei prodotti sia fondamentale per informare lo stesso in caso di emergenze alimentari, per combattere l'omologazione degli alimenti e la delocalizzazione delle attività e perché il cittadino-consumatore ha diritto alla massima informazione chiara e trasparente.

I contenuti delle etichette - 2011



Fonte: MDC

Per quanto riguarda le altre indicazioni, la più presente riguarda il prezzo (89%), seguita dalla varietà (76%) e infine la categoria (31%). Ricordiamo infatti come secondo il **Regolamento 2002/1996** sia obbligatorio indicare, con appositi cartellini esposti in cassetta, la **varietà, l'origine e la categoria dei prodotti ortofrutticoli**. Si tratta però di norme che non valgono per chi vende direttamente al consumatore.

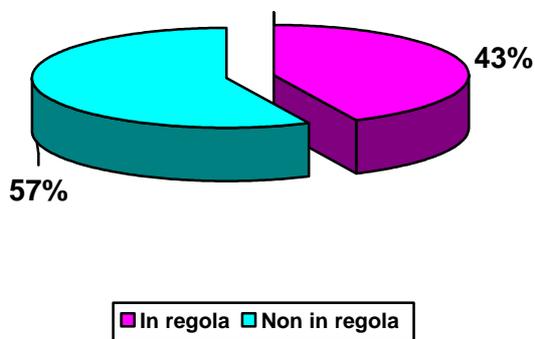
ITALIA A TAVOLA 2011					
I numeri 2010 dell' Ispettorato Centrale della Tutela della Qualità e Repressione Frodi					
Settore	Ispezioni (n.)	Operatori controllati (n.)	Prodotti controllati (n.)	Campioni analizzati (n.)	
Ortofrutta	1.616	1.317	4.461	130	
	Diffide (n.)	Sequestri (n.)	Valore sequestro (€)	Notizie di reato (n.)	Contestazioni amministrative (n.)
	-	14	29.053	15	166

L'INDAGINE DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO SULL'ETICHETTATURA DEL PESCE FRESCO NEI MERCATI RIONALI

A dieci anni dall'entrata in vigore delle nuove norme in materia di etichettatura dei prodotti ittici nei mercati rionali (Regolamento CE 104/2000 entrato in vigore il 1° gennaio 2002) ancora si trovano numerosi banchi anonimi: solo 4 banchi su 10 rispettano la norma. Il dato evidenzia una situazione particolarmente carente in materia di etichettatura nei mercati rionali che non garantisce i consumatori sotto il profilo informativo.

Quest'anno il Movimento Difesa del Cittadino (MDC) ha visitato i mercati rionali di 14 città in 9 regioni: Basilicata (Matera, Montescaglioso); Calabria (Catanzaro; Reggio Calabria); Campania (Benevento, Napoli); Friuli Venezia Giulia (Trieste, Udine); Lazio (Roma); Marche (Ancona e provincia, Ascoli Piceno); Piemonte (Torino); Sicilia (Palermo); Toscana (Siena). In totale sono state rilevate le etichette di 174 banchi di pesce.

I banchi in regola - 2011



Fonte: MDC

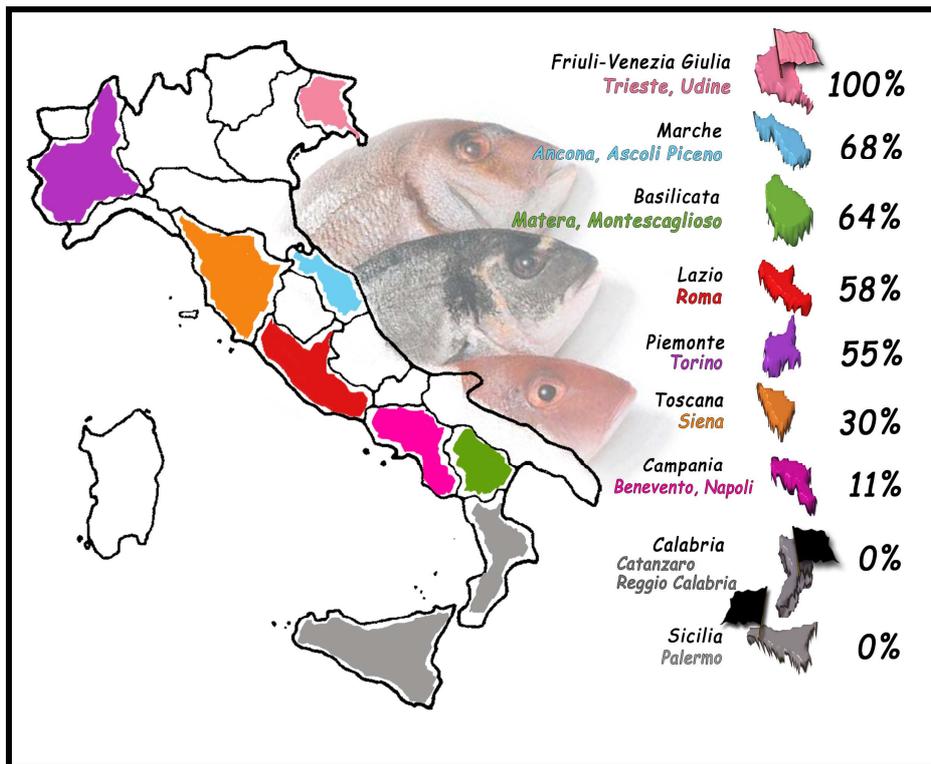
I banchi in regola negli anni

ANNI	BANCHI IN REGOLA %
2004	26
2005	52
2006/7	32
2008	26
2009	37
2010	34
2011	43

Fonte: MDC

Da otto anni MDC svolge questa rilevazione grazie alla preziosa collaborazione delle sedi locali. Da un lato possiamo constatare che la situazione sia migliorata nel tempo, visto l'incremento di 9 punti percentuali dei banchi in regola rispetto all'anno precedente. Nel 2004 la percentuale di coloro che indicavano tutte le informazioni previste in etichetta si attestava al 26% per poi salire al 52% nel 2005.

La situazione nelle regioni - 2011



Fonte: MDC

Calabria (Catanzaro; Reggio Calabria) e **Sicilia** (Palermo) sono le due regioni a cui spetta il triste primato in materia di etichettatura dei prodotti ittici. Di tutti i banchi di pesce nei mercati rionali rilevati nelle città interessate nessuno esponeva le informazioni necessarie ai consumatori per una spesa consapevole. **In Friuli Venezia Giulia invece tutti i venditori rilevati esponevano le 4 informazioni considerate nella indagine. Buone le performance delle Marche (68%)** dove le nostre sedi hanno rilevato i mercati di Ancona e della provincia e Ascoli Piceno **e della Basilicata (64%)** con le città di Matera e Montescaglioso.

Prodotti ittici - I contenuti delle etichette - 2011

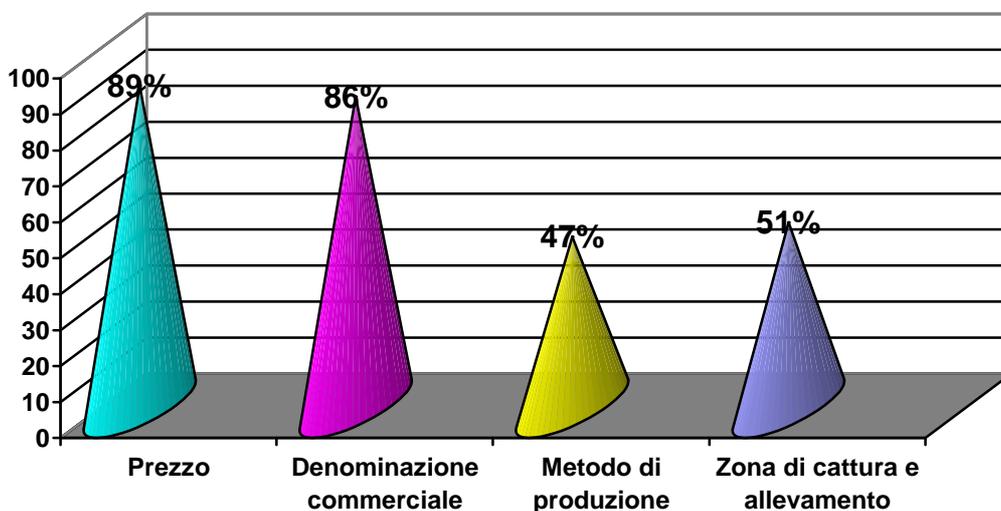
	BANCHI	PREZZO %	DENOMINAZIONE COMMERCIALE %	METODO DI PRODUZIONE %	ZONA CATTURA E ALLEVAMENTO %
Basilicata (Matera, Montescaglioso)	11	100	100	82	73
Calabria (Catanzaro; Reggio Calabria)	20	45	35	5	10
Campania (Benevento, Napoli)	18	100	83	17	22
Friuli Venezia Giulia (Trieste, Udine)	11	100	100	100	100
Lazio (Roma)	31	97	31	58	33
Marche (Ancona e provincia, Ascoli Piceno)	34	56	56	50	48
Piemonte (Torino)	20	90	90	55	70
Sicilia (Palermo)	19	100	100	0	0
Toscana (Siena)	10	50	50	20	35
TOTALE	174	89	86	47	51

Fonte: MDC

Come per gli anni precedenti, le informazioni più diffuse sono la **denominazione commerciale della specie**, indicata nell'**89%** dei casi, e il **prezzo** presente nell'**86%** delle rilevazioni.

Seguono la **zona di cattura o di allevamento** presente nel **47%** dei banchi rilevati e il **metodo di produzione** con una percentuale di presenza del **51%**. In questo ultimo caso la situazione migliora notevolmente rispetto al 2010 quando avevamo rilevato una presenza in etichetta della informazione relativa all'origine solo nel 43% del campione. Il dato potrebbe rappresentare una maggiore sensibilità alla indicazione relativa alla provenienza da parte dei venditori, consapevoli anche di quanto questa informazioni sia importante per il consumatore.

I contenuti delle etichette -

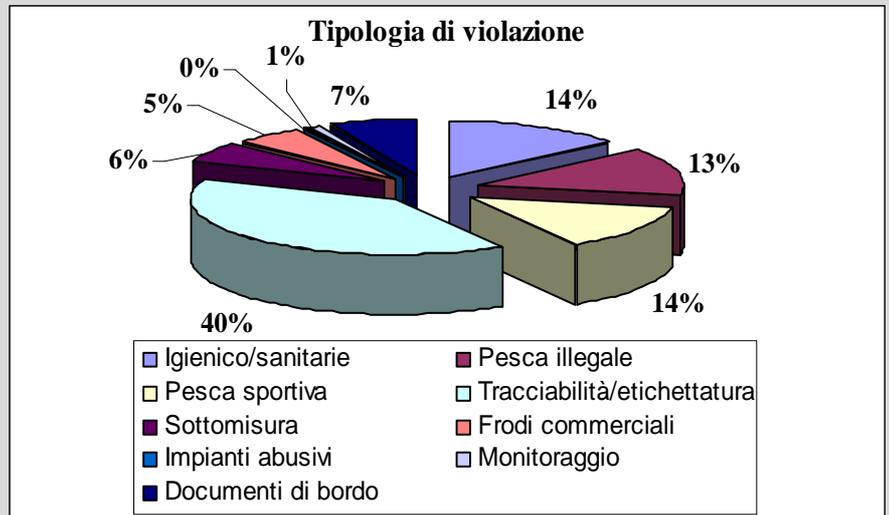


Fonte: MDC

ITALIA A TAVOLA 2011

E' interessante rilevare come dal rapporto Italia a Tavola 2011, a cura del Movimento Difesa del Cittadino e di Legambiente, sia il **non rispetto delle norme in materia di tracciabilità la violazione più diffusa.**

Tipologia di violazione	Sanzioni elevate
Igienico/sanitarie	770
Pesca illegale	729
Pesca sportiva	738
Tracciabilità/etichettatura	2.162
Sottomisura	310
Frodi commerciali	291
Impianti abusivi	13
Monitoraggio	50
Documenti di bordo	384
Totale	5.447



Fonte: Capitanerie di Porto – anno 2010

In particolare, sono da segnalare i seguenti sequestri:

- Agosto 2010 – a Cesena il sequestro di oltre 4.400 kg di pesce spada privo di documentazione relativa alla tracciabilità
- Dicembre 2010 – a Fasano il sequestro di 18.590 kg di sarde prive di idonea documentazione di rintracciabilità e mancanza di etichettatura

Le specie più diffuse nei mercati rionali

Acciuga, sgombrò, merluzzo bianco, branzino e sardine sono le specie più diffuse nei mercati rionali rilevati nella 10 regioni oggetto dell'indagine del Movimento Difesa del Cittadino. Ai primi due posti troviamo due pesci azzurri come l'acciuga presente nel 66% dei casi e lo sgombrò rilevato nel 58% dei casi. Tra le specie meno diffuse il tonno (pinna gialla e rosso), probabilmente perché fuori stagione anche se non mancano i casi di importazione.

Come sostenuto dalla stessa **Commissione Europea** “i nostri pescherecci realizzano volumi di catture superiori alle possibilità di riproduzione sicura della popolazione ittica, esaurendo in tal modo i singoli stock e ponendo a rischio l'ecosistema marino. Con l'attuale sovrasfruttamento di due terzi degli stock dell'Atlantico settentrionale, l'industria della pesca si trova a fare i conti con catture ridotte e un futuro incerto. **È giunto il momento di rendere la pesca ecologicamente, economicamente e socialmente sostenibile**”.

Specie ittica (solo pescato)	% di presenza
Acciuga	66
Sgombro	58
Merluzzo bianco	56
Branzino	55
Sardina	53
Cefalo	51
Pesce spada	48
Orata	42
Nasello	34
Occhiata	22
Pesce sciabola	20
Sugarello	17
Tonno Pinna gialla	13
Tonno rosso	9

Fonte: Mdc

In questo contesto è positivo notare come sia ampia l'offerta di specie ittiche derivanti da stock al momento considerati sostenibili come l'acciuga, lo sgombro e il cefalo. Vale inoltre la pena ricordare **che nel 2009**, è stato approvato il **Regolamento Ue n.710/2009**, che stabilisce le modalità di applicazione del **Regolamento Ue n. 834/2007** del Consiglio per quanto riguarda l'introduzione di modalità di applicazione relative alla produzione di animali e di alghe marine dell'acquacoltura biologica.

Tante le possibili soluzioni al problema e tra queste il ruolo del consumatore che può imparare a variare la propria dieta **evitando di acquistare sempre le stesse specie ittiche, prediligere quelle meno sovrafruttate e rispettando la stagionalità del pesce.** Per questo il Movimento Difesa del Cittadino ha voluto quest'anno rilevare anche le specie offerte nei mercati rionali al fine di creare una database che consenta nel tempo di valutare le specie ittiche più diffuse. **Il ruolo dei venditori è molto importante** in termini di informazione al consumatore anche riguardo la sostenibilità delle specie ittiche e in termini di offerta di una ampia e sostenibile varietà di prodotti ittici.

I CONSUMI DI ORTOFRUTTA IN ITALIA

Nel 2010 diminuiscono i consumi frutta e verdura in Italia, soprattutto al Sud e Sicilia dove si registra un -2,8% rispetto all'anno precedente contro il -1,5% a livello nazionale in termini di tonnellate. Il calo si evidenzia anche per il valore in euro: -0,9%. Per quanto riguarda il canale di vendita sono soprattutto i mercati rionali a risentire della diminuzione degli acquisti domestici. Basti pensare che tra il 2009 e il 2010 i consumi presso ambulanti o mercati rionali sono passati da oltre 760mila tonnellate e circa 690mila tonnellate con un calo di quasi 10 punti percentuali.

Dal punto di vista della tipologia dei consumi di ortofrutticoli al primo posto si conferma il fresco che copre circa il 70% di tutti gli acquisti domestici. Si tratta soprattutto di prodotti sfusi.

Acquisti domestici di prodotti ortofrutticoli per area geografica e canali di vendita (quantità in t, valore in 000€)

	Tonnellate				000€			
	2009	2010	gen-apr '10	gen-apr '11	2009	2010	gen-apr '10	gen-apr '11
TOTALE ITALIA	5.345.389	5.264.590	1.673.472	1.635.190	9.159.377	9.080.866	2.786.019	2.890.359
Nord-Ovest	1.396.798	1.387.191	443.286	443.091	2.631.568	2.618.711	804.895	842.329
Nord-Est	971.009	961.932	306.525	298.090	1.825.813	1.848.803	569.650	592.025
Centro+Sardegna	1.163.732	1.152.601	364.962	369.583	2.044.790	2.026.999	622.931	671.076
Sud+Sicilia	1.813.847	1.762.873	558.706	524.424	2.657.207	2.586.354	788.543	784.929
GDO	3.403.935	3.444.739	1.124.149	1.127.254	6.167.610	6.252.006	1.997.023	2.123.580
TOTALE TRADIZIONALI	824.065	789.834	258.515	230.632	1.254.539	1.189.466	380.996	359.301
AMBULANTE/MERCATO RIONALE	762.251	687.639	221.509	212.116	1.037.607	937.279	293.327	294.915

Fonte: Ismea, Panel famiglie

Acquisti domestici di prodotti ortofrutticoli per tipologia (quantità in t, valore in 000€)

	Tonnellate				000€			
	2009	2010	gen-apr '10	gen-apr '11	2009	2010	gen-apr '10	gen-apr '11
Ortaggi	2.503.077	2.474.490	804.014	803.350	4.736.379	4.705.817	1.495.291	1.593.072
<i>Freschi</i>	1.749.084	1.720.625	536.792	534.838	3.108.110	3.104.192	941.738	1.034.972
<i>In scatola</i>	534.633	527.093	181.621	180.509	970.179	947.522	306.932	304.690
<i>Surgelati</i>	192.267	198.320	74.105	77.848	599.843	594.711	223.730	232.725
<i>Cotti</i>	27.093	28.452	11.496	10.154	58.247	59.392	22.892	20.686
Frutta	2.842.312	2.790.100	848.624	831.840	4.422.998	4.375.049	1.224.021	1.297.287
<i>Fresca</i>	2.761.218	2.707.361	814.477	806.728	3.938.563	3.855.584	1.018.182	1.138.516
- confezionata	347.367	366.282	137.498	164.311	570.735	587.300	169.626	240.403
- sfusa	2.108.913	2.030.701	578.811	540.596	2.934.291	2.824.094	726.760	750.686
<i>Secco</i>	58.944	60.447	26.462	16.653	403.896	437.763	176.815	128.849
<i>Trattata confezionata</i>	22.150	22.292	7.685	8.458	80.540	81.702	29.025	29.922
Ortofrutta	5.345.389	5.264.590	1.652.638	1.635.190	9.159.377	9.080.866	2.719.312	2.890.359

Fonte: Ismea, Panel famiglie

I CONSUMI DI PRODOTTI ITTICI IN ITALIA

In calo anche i consumi di prodotti ittici passati dalle 454mila tonnellate del 2009 alle 440mila del 2010. In termini percentuali la diminuzione ammonta a 2,9% con picchi del 4,6% per il Sud e la Sicilia e 3,1% per il Centro e la Sardegna. **Il canale di distribuzione principale è la grande distribuzione, seguita dalla pescheria e dai mercati rionali che coprono una piccola parte delle vendite di pesce: 5,5%.**

E' il pesce fresco la tipologia ittica più venduta, soprattutto pesce di mare. Seguono le conserve, le semiconserve, il congelato e il surgelato.

Acquisti domestici di prodotti ittici per area geografica e canali di vendita (quantità in t, valore in 000€)								
	Tonnellate				000€			
	2009	2010	gen-apr '10	gen-apr '11	2009	2010	gen-apr '10	gen-apr '11
TOTALE ITALIA	453.991	440.709	141.566	134.605	4.442.543	4.375.738	1.383.074	1.395.150
Nord-Ovest	108.237	105.055	35.182	33.311	1.129.548	1.123.765	370.628	367.560
Nord-Est	72.541	73.469	24.036	22.512	755.874	783.855	253.526	251.327
Centro+Sardegna	109.238	105.822	33.824	33.053	1.108.713	1.079.433	335.109	349.363
Sud+Sicilia	163.970	156.361	48.522	45.729	1.448.408	1.388.686	423.811	426.899
GDO	320.939	321.322	102.451	100.523	3.121.934	3.174.173	1.000.113	1.032.685
PESCHERIA	80.617	73.742	23.926	21.519	825.857	761.746	242.517	238.532
AMBULANTE/MERCATO RIONALE	28.340	23.179	7.396	6.690	261.180	213.756	68.186	62.848

Fonte: Ismea, Panel famiglie

Acquisti domestici di prodotti ittici per tipologia (quantità in t, valore in 000€)								
	Tonnellate				000€			
	2009	2010	gen-apr '10	gen-apr '11	2009	2010	gen-apr '10	gen-apr '11
Fresco e congelato	238.542	224.925	72.885	67.923	2.318.645	2.263.371	722.131	728.599
<i>Naturale</i>	232.337	217.981	70.784	65.614	2.199.742	2.136.100	683.803	685.353
Pesce d'acqua dolce	30.853	28.503	10.049	9.516	284.298	283.311	93.998	96.977
Pesce di mare	128.120	118.833	39.805	37.087	1.284.289	1.236.803	410.398	406.548
Crostacei	14.945	14.052	4.126	3.877	229.627	213.982	57.166	60.853
Molluschi	58.416	56.592	16.803	15.132	401.528	402.004	122.241	120.974
<i>Preparato</i>	6.206	6.946	2.101	2.309	118.903	127.271	38.327	43.246
Impanato	2.237	2.681	887	998	42.206	45.497	14.549	17.605
Preparato	3.968	4.265	1.214	1.311	76.697	81.774	23.778	25.641
Congelato e surgelato	27.987	26.664	9.550	7.982	213.254	214.310	73.643	68.106
Naturale	24.197	22.740	8.183	6.635	188.691	188.851	64.757	59.068
Preparato	3.791	3.925	1.367	1.347	24.563	25.459	8.886	9.039
Conserve e semiconserve	96.444	98.289	28.187	28.274	948.532	949.780	272.422	280.752
Salato, secco e affumicato	19.266	19.063	6.160	5.879	325.956	332.477	102.274	103.404
Ittici totale	453.991	440.709	141.566	134.605	4.442.543	4.375.738	1.383.074	1.395.150

Fonte: Ismea, Panel famiglie"

Osservatorio consumi domestici *Metodologia di rilevazione e analisi*

OBIETTIVI

L'Osservatorio Ismea sui consumi domestici si pone l'obiettivo di monitorare in maniera continuativa l'andamento degli acquisti di prodotti agroalimentari delle famiglie italiane. Trattasi di un'indagine che assume una valenza peculiare considerato i profondi cambiamenti che stanno attraversando i modelli di consumo alimentare, cambiamenti sia negli aspetti quantitativi - con una accresciuta sensibilità al livello di spesa totale e al prezzo dei prodotti alimentari - sia negli elementi qualitativi - con l'emergere di nuovi stili di vita e di correlati bisogni alimentari.

L'intento è quello di mettere sotto la lente d'ingrandimento i comportamenti d'acquisto della famiglia italiana, per capire come si muovono e si orientano i gusti e le preferenze dei consumatori, ciò reso possibile dalla presenza di una serie storica dei dati che consente di fare una valutazione dei cambiamenti che avvengono nel tempo. Per la valutazione quali-quantitativa e il monitoraggio degli acquisti di prodotti agroalimentari delle famiglie italiane l'ISMEA si avvale di un Panel Famiglie gestito in collaborazione con la Nielsen.

LA STRATIFICAZIONE DEL CAMPIONE

Il Panel si basa su rilevazioni di acquisto a cadenza settimanale effettuate da 9.000 famiglie, stratificate in base a variabili socio-demografiche e territoriali, rappresentative dell'intera realtà italiana. Restano escluse le collettività nonché i consumi effettuati dalle famiglie al di fuori dell'abitazione principale (anche quelli effettuati in seconde case, in vacanza e nei fine settimana).

Si tratta di un campione ottenuto attraverso una stratificazione primaria, realizzata sulla base della variabile "Area geografica * Cluster", con la definizione di cluster che attiene alla tipologia di distribuzione presente nell'area di prossimità della famiglia¹ una stratificazione secondaria, che provvede a bilanciare il campione in relazione a:

- a. numero componenti la famiglia;
- b. regioni;
- c. reddito pro-capite;
- d. tipologia comune;
- e. *affluency* (livello socio-economico della famiglia);
- f. età capofamiglia ed età responsabile acquisti;
- g. presenza di bambini di età compresa tra i 0-6 anni;
- h. *lifestage* (stadio del ciclo di vita della famiglia);

LE MODALITA' DI RILEVAZIONE DA PARTE DELLE FAMIGLIE

Il campione è parte attiva del processo di rilevazione attraverso la tecnologia *home scanning*. Ad ogni atto d'acquisto la famiglia rileva, attraverso un mini-computer dotato di lettore ottico, tutti i fatti che ne definiscono il comportamento.

L'atto d'acquisto deve essere rilevato dal soggetto che lo compie e nel momento stesso in cui si completa ("il prodotto entra in casa").

La scansione del codice di prodotto rende disponibile l'informazione a livello di singolo codice EAN, mentre una serie di domande inviate dal mini computer guidano la famiglia e permettono la precisa osservazione del comportamento d'acquisto. Ad ogni atto d'acquisto, infatti, la famiglia rileva tutti i fatti che ne descrivono il comportamento, indicando in modo puntuale:

- data d'acquisto;
- fonte d'acquisto (negoziato visitato);
- individuo acquirente;
- quantità acquistata per ciascun prodotto;
- prezzo;
- promozioni.

Per mantenere uno standard analogo nella registrazione dei prodotti senza codice a barre, viene fornita una "Guida Riferenze" che permette alla famiglia di individuare i dettagli di questi prodotti. In tal modo vengono raccolte tutte le informazioni relative non solo al *grocery* confezionato, ma anche ai prodotti freschi, sfusi e autoprodotti.

La famiglia trasmette direttamente, in via telematica, le informazioni rilevate con cadenza settimanale così da garantirne una lettura veloce e precisa.

¹ La variabile cluster è legata alla tipologia distributiva presente nell'area di prossimità della famiglia. I cluster derivano dalla suddivisione del territorio italiano in "Zone di Attrazione" basate sulla concentrazione, sulla disposizione e sull'importanza del trade in prossimità dell'area abitativa della famiglia. Sulla base della definizione delle Zone di Attrazione si è effettuata una Cluster Analysis e si sono trovati 5 cluster a cui le famiglie possono appartenere. Tali cluster sono discriminanti rispetto alla tipologia dell'area in cui la famiglia abita/ trade localizzato nell'area di appartenenza della famiglia.

LA STRUTTURA DELLA BANCA DATI

La rielaborazione delle informazioni avviene sulla base di quattro dimensioni che rappresentano lo schema fisico di ciascuna banca dati:

1. periodi;
2. prodotti;
3. mercati (geografici/demografici);
4. fatti (indicatori).

Gli indicatori di acquisto

I principali indicatori utilizzati per un'analisi dettagliata sul comportamento d'acquisto del consumatore sono da individuare in:

- acquisti in quantità;
- acquisti in valore;
- acquisto medio in quantità e valore;
- confezione media per atto;
- indice di intensità per occasione;
- indice di penetrazione;
- intervallo di acquisto;
- n. atti di acquisto;
- n. medio di atti per famiglia;
- % di famiglie acquirenti in promozione;
- % di famiglie riacquirenti 2 (famiglie con 2 atti di acquisto nel periodo);
- % di famiglie riacquirenti 3 (famiglie con 3 e più atti d'acquisto nel periodo);
- occasioni d'acquisto;
- prezzo medio.

Il dettaglio informativo

Tutti gli indicatori sono prodotti con il seguente dettaglio:

1. Geografico:

- Italia;
- area 1 - Nord-Ovest (Liguria, Piemonte, Val d'Aosta, Lombardia);
- area 2 – Nord-Est (Tre Venezie, Emilia Romagna);
- area 3 – Centro (Toscana, Umbria, Marche, Sardegna, Lazio);
- area 4 – Sud (Campania, Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia);
- subarea 1 (Liguria, Piemonte, Val d'Aosta);
- subarea 2 (Lombardia);
- subarea 3 (Tre Venezie);
- subarea 4 (Emilia Romagna);
- subarea 5 (Toscana, Umbria, Marche, Sardegna);
- subarea 6 (Lazio);
- subarea 7 (Campania, Abruzzo, Molise, Puglia);
- subarea 8 (Basilicata, Calabria, Sicilia).

2. Età del responsabile d'acquisto:

- fino a 34 anni;
- da 35 a 44 anni;
- da 45 a 54 anni;
- da 55 a 64 anni;
- oltre i 65 anni.

3. Stadio del ciclo di vita della famiglia (lifestage)²:

- pre-families: monocomponenti sotto i 35 anni o coppie con responsabile degli acquisti sotto i 35 anni senza figli;
- new families: famiglie con bambini piccoli (≤ 6 anni);
- maturing families: famiglie con bambini di età inferiore ai 17 anni, non tutti piccoli (≤ 6 anni), o tutti grandi (tra 11 e 17 anni);
- established families: famiglie con bambini grandi (tra 11 e 17 anni);
- post families: monocomponenti di età compresa tra i 35 e i 54 anni o famiglie con responsabile degli

² Segmenti disegnati per rappresentare a quale stadio del ciclo di vita sono le famiglie.

- acquisti tra i 35 e i 54 anni senza figli di età inferiore ai 18 anni.
- older couples: famiglie con responsabile degli acquisti di età maggiore di 55 anni senza figli di età inferiore ai 18 anni.
- older singles: monocomponenti di età maggiore di 55 anni.

4. *Capacità economica della famiglia (affluency)*³:

- low affluency;
- below average affluency;
- above average affluency;
- high affluency.

5. *Composizione del nucleo familiare*:

- famiglie monocomponenti;
- famiglie con 2 componenti;
- famiglie con 3 componenti;
- famiglie con 4 componenti;
- famiglie con 5 o più componenti.

6. *Canali di vendita*:

- ipermercati;
- supermercati;
- hard discount;
- liberi servizi;
- dettaglio tradizionale;
- altre fonti (ambulanti, mercati rionali, grossisti, spacci, cash and carry, porta a porta, ricevuto in regalo, altri fonti).

GLI INDICI ISMEA DELLE QUANTITÀ ACQUISTATE DALLE FAMIGLIE ITALIANE E DEI PREZZI

Il Panel Famiglie rappresenta la banca dati di riferimento per la costruzione dell'Indice Ismea delle quantità e dell'Indice Ismea dei prezzi dei prodotti agroalimentari acquistati dalle famiglie italiane. I due indici sono elaborati oltre che a livello nazionale, anche per area geografica (quattro aree Nielsen) e per canale di vendita (super e ipermercati; liberi servizi; discount; dettaglio tradizionale; altri canali).

L'**Indice Ismea dei prezzi** dei prodotti agroalimentari acquistati dalle famiglie italiane è calcolato utilizzando l'indice a catena di Laspeyres.

Partendo dalla formulazione dell'indice a base fissa di Laspeyres dei prezzi:

$$L_{t/0} = \sum_{j=1}^n w_0^j * n_t^j$$

dove

$j=1, \dots, n$ sono i beni;

$$w_0^j = \frac{v_0^j}{V_0} \text{ è la quota di spesa nel bene } j\text{-esimo nell'anno } 0;$$

$$V_0 = \sum_{j=1}^n p_0^j q_0^j \text{ è la spesa totale in cui } p_0^j q_0^j \text{ indicano prezzo e quantità del bene } j \text{ al tempo } 0;$$

$$n_t^j = \frac{p_t^j}{p_0^j} \text{ è il rapporto tra i prezzi del } j\text{-esimo bene al tempo } t \text{ e al tempo } 0.$$

Da cui si ricava l'indice mensile:

$${}_{t-1}L_{m,t}^I = \sum_{j=1}^n w_{t-1}^j \frac{p_{m,t}^j}{p_{t-1}^j}$$

dove

$j=1, \dots, n$ sono i beni di consumo;

m è il mese per il quale si vuole calcolare l'indice;

t è l'anno corrente;

$t-1$ è l'anno precedente all'anno corrente;

$$w_{t-1}^j = \frac{v_{t-1}^j}{V_{t-1}} \text{ è il rapporto tra la spesa per il generico bene } j \text{ e la spesa totale di tutti i beni considerati;}$$

³ Segmenti di famiglie definite secondo un ranking di "reddito per unità di consumo".

$P_{m,t}^j$ è il prezzo del generico bene j calcolato nel mese m dell'anno t;

\bar{P}_t^j è il prezzo medio annuo (media semplice dei prezzi mensili) del generico bene j nell'anno t-1.

Procedendo con il concatenamento, si ottiene:

$${}_0CL_{m,t}^I = {}_{t-1}L_{m,t}^I \times \prod_{i=1}^{t-1} \frac{\bar{L}_i^I}{100}$$

dove ${}_1\bar{L}_1^I = \frac{\sum_{k=1}^{12} {}_1L_{k,1}^I}{13}$ rappresenta l'indice medio annuo (con k=1,...,13 rilevazioni)

e

dove

$$\prod_{i=1}^t \frac{{}_i\bar{L}_1^I}{100} = \frac{{}_0\bar{L}_1^I}{100} \frac{{}_1\bar{L}_2^I}{100} \dots \frac{{}_t\bar{L}_t^I}{100}$$

Da notare che le rilevazioni sono 13 perché effettuate con cadenza quindicimane e non mensile.

L'**Indice Ismea delle quantità** dei prodotti agroalimentari acquistati dalle famiglie italiane è calcolato seguendo la stessa procedura di costruzione dell'indice dei prezzi.

Il punto di partenza per la costruzione dell'indice è dato dalla seguente formula:

$${}_t\bar{L}_1^I = \sum_{j=1}^n w_t^j \frac{q_{m,t}^j}{q_{t-1}^j}$$

dove:

j=1,...,n beni;

$q_{m,t}^j$ è la quantità acquistata del generico bene j nel mese m dell'anno t;

q_{t-1}^j è la quantità media acquistata del generico bene j nell'anno t-1;

w_t^j è il peso del generico bene j nell'anno t-1.

Procedendo con il concatenamento, si ottiene:

$${}_0CL_{m,t}^I = {}_{t-1}L_{m,t}^I \times \prod_{i=1}^{t-1} \frac{\bar{L}_i^I}{100}$$

dove ${}_1\bar{L}_1^I = \frac{\sum_{k=1}^{12} {}_1L_{k,1}^I}{13}$ rappresenta l'indice medio annuo (con k=1,...,13 rilevazioni)

I CONSIGLI PER UNA SPESA CONSAPEVOLE

PESCE

Andare a fare la spesa sta diventando sempre di più un'arte. Ci sono delle accortezze che valgono in generale per tutti i tipi di alimenti e altre specifiche. Nel caso dei prodotti ittici è importante sia **leggere le etichette** (per il fresco, congelato e surgelato) che, nel caso del fresco, **allenare i nostri sensi** per poter effettuare una spesa consapevole. Il ministero per le Politiche Agricole, Alimentari e Forestali ha messo a punto una “**Piccola guida di identificazione del pesce fresco**”:

	Pesce fresco	Pesce non fresco
Odore	tenui, marino, gradevole	acre, sgradevole
Aspetto Generale	brillante, metallico iridescente	morto, senza riflessi
Corpo	rigido, arcuato	flaccido, molle
Squame	aderenti	non aderenti
Pelle	colori vivi, cangianti	colori spenti
Occhio	in fuori cornea trasparente pupilla nera	infossato nell'orbita cornea lattiginosa pupilla grigia
Branchie	rosee o rosso sangue prive di muco	giallastre mucolattiginose
Carni	compatte, elastiche bianche o rosee	molli, friabili con bordo giallastro
Costole e colonna	aderenti alla parete addominale e ai muscoli dorsali	non aderenti alla parete addominale e ai muscoli dorsali

Fonte: ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali

Per quanto riguarda l'etichetta, invece, occorre distinguere tra pesce fresco e congelato e quello surgelato.

In particolare, l'etichetta del pesce fresco o congelato deve contenere:

- la denominazione commerciale della specie
- il metodo di produzione (pescato o allevato)

- la zona di cattura per il pescato e il Paese di provenienza per l'allevato;
- il prezzo di vendita per unità di misura (Kg) riferito al peso netto;
- nel caso di pesce congelato, coperto da glassatura, la percentuale della glassatura è considerata tara.

Fonte: Nuclei Antisofisticazione e Sanità (N.A.S.) dell'Arma dei Carabinieri (www.carabinieri.it)

L'etichetta del pesce surgelato deve contenere:

- la denominazione di vendita o la denominazione commerciale della specie completata dal termine "surgelato";
- il metodo di produzione (pescato o allevato),
- la zona di cattura per il pescato ed il Paese di provenienza per l'allevato;
- l'elenco degli ingredienti e cioè delle specie in caso di miscuglio (per es. preparato per risotto alla pescatora);
- la quantità netta o, nel caso di prodotti confezionati in quantità unitarie costanti, la quantità nominale;
- il termine minimo di conservazione (TMC) completato dall'indicazione del periodo in cui il prodotto può essere conservato presso il consumatore. Il TMC si indica "da consumarsi preferibilmente entro";
- il nome o la ragione sociale o il marchio depositato e la sede del fabbricante o del confezionatore o di un venditore stabilito nella Comunità economica europea;
- la sede dello stabilimento di produzione o di confezionamento;
- una dicitura che consenta di identificare il lotto di appartenenza del prodotto;
- le modalità di conservazione del prodotto dopo l'acquisto, completata dall'indicazione della temperatura di conservazione e della attrezzatura richiesta;
- l'avvertenza che il prodotto una volta scongelato non deve essere ricongelato e le istruzioni per l'uso;
- la quantità di taluni ingredienti e categorie di ingredienti, quando l'ingrediente figura nella denominazione di vendita o sia messo in rilievo con parole o immagini nell'etichettatura (es. zuppa di pesce all'aragosta: in questo caso è obbligatorio indicare la percentuale di aragosta presente);
- il prezzo di vendita della confezione.

Fonte: Nuclei Antisofisticazione e Sanità (N.A.S.) dell'Arma dei Carabinieri (www.carabinieri.it)

La stagioni del pesce

Anche il pesce ha la sua stagione, periodo in cui il prezzo è più conveniente, le proprietà nutritive sono migliori e il sapore più gustoso. Ecco, specie per specie, i mesi migliori.

MESE	SPECIE
Gennaio	nasello, sardina, sogliola, spigola, triglia
Febbraio	nasello, sardina, sgombro, sogliola, spigola
Marzo	acciuga, nasello, sogliola, triglia, ...
Aprile	acciuga, cefalo muggine, dentice, nasello, pesce spada, sardina, sgombro, sogliola, tonno, triglia.
Maggio	acciuga, cefalo muggine, dentice, nasello, pesce spada, sardina, sogliola, tonno, triglia.
Giugno	cefalo muggine, dentice, nasello, orata, pesce spada, sardina, sogliola, spigola, tonno, triglia.
Luglio	acciuga, cefalo muggine, dentice, nasello, orata, pesce spada, sardina, sgombro, sogliola, spigola, triglia.
Agosto	acciuga, dentice, nasello, orata, pesce spada, sardina, sgombro, sogliola, triglia.
Settembre	acciuga, alalunga, cefalo muggine, dentice, orata, pesce spada, sardina, sogliola, triglia.
Ottobre	Allunga, cefalo muggine, nasello, orata, pesca spada, sardina, sogliola, tonno, triglia.
Novembre	acciuga, cefalo muggine, dentice, nasello, orata, sardina, sogliola, triglia.
Dicembre	cefalo muggine, nasello, sardina, sogliola, spigola, triglia.

Fonte: Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

Pesce congelato e surgelato, che differenza c'è?

Il pesce congelato o surgelato non sono la stessa cosa. Ad esempio, è errato dire “Surgelo il pesce nel freezer di casa?” Quale è allora la differenza? La surgelazione è un processo speciale di congelamento realizzato a livello industriale. Esso permette di superare con la rapidità necessaria, in funzione della natura del prodotto, la zona di cristallizzazione massima e di mantenere la temperatura del prodotto in tutti i suoi punti, dopo la stabilizzazione termica, ininterrottamente a valori pari o inferiori a -18°C . La legge (Decreto Legislativo 27 gennaio 1997, n. 110) prevede che gli alimenti surgelati destinati al consumatore debbano essere venduti in confezioni originali chiuse dal fabbricante o dal confezionatore e preparate con materiale idoneo a proteggere il prodotto dalle

contaminazioni microbiche o di altro genere e dalla disidratazione. La congelazione è invece il processo a cui ognuno di noi sottopone il cibo quando lo mettiamo nel congelatore del frigo di casa: si tratta di un procedimento più lento, a temperature più alte e non uniformemente sul prodotto. La legge (DLgs n. 531/1992) parla infatti di prodotti congelati come i prodotti della pesca sottoposti ad un procedimento di congelazione con cui è stata raggiunta al centro del prodotto una temperatura minima di almeno -18°C , previa stabilizzazione termica.

ORTOFRUTTA

La nostra alimentazione quotidiana dovrebbe essere costituita principalmente da carboidrati, frutta e ortaggi. Come sottolinea l'**Istituto Nazionale di Ricerca degli Alimenti e la Nutrizione (Inran)** nelle sue "**Linee Guida per una sana alimentazione italiana**" "Il consumo di adeguate quantità di frutta e ortaggi assicura, inoltre, un rilevante apporto di nutrienti (vitamine, minerali, acidi organici) e nello stesso tempo consente di ridurre la densità energetica della dieta". Nel carrello della spesa non dovrebbero mai mancare mele, pere, arance, albicocche. E poi: insalata, carote, zucchine, melanzane... **Ma come sceglierle?** Come per il pesce, per ogni singolo frutto e ortaggio esistono dei consigli ad hoc. In linea generale, però, è bene sapere alcune **importanti informazioni**:

- **Leggere le etichette: secondo il Regolamento CE 2002/1996** è obbligatorio indicare nelle etichette dell'ortofrutta fresca tre informazioni: la **varietà** (tipologia del prodotto: pere william, conference, abate...), l'**origine del prodotto** (Stato o regione o comune), e la **categoria** (Extra, I e II).
- Scegliere sempre **prodotti freschi**, riconoscibili dalla consistenza del prodotto, dalla presenza o meno di ammaccature e da tracce di colore scuro soprattutto sui gambi di alcuni frutti e ortaggi.
- Preferire **frutta e verdura di stagione** perchè hanno tempi di maturazione naturali; perchè ha prezzi più convenienti.
- Preferire **prodotti locali** perchè garantiscono maggiore freschezza e minore impatto ambientale, visto che hanno percorso meno chilometri di altri dal campo al venditore.
- Una volta portata a casa la spesa, **lavare accuratamente la frutta e la verdura**, soprattutto se vengono consumate crude.
- Preferire la conservazione **in frigorifero** di frutta e verdura nell'apposito cassetto dell'elettrodomestico.

Le stagioni di frutta e verdura

Acquistare frutta e verdura di stagione consente di scegliere prodotti più freschi e a prezzi minori. Per consentire al consumatore una spesa consapevole pubblichiamo la seguente tabella con il calendario dell'ortofrutta.

FRUTTA												
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Albicocca	-	-	-	-	-	●	●	●	-	-	-	-
Agrumi	●	●	●	●	●	-	-	-	-	-	●	●
Caco	-	-	-	-	-	-	-	-	-	●	●	-
Cocomero	-	-	-	-	-	-	●	●	-	-	-	-
Ciliegia	-	-	-	-	●	●	●	-	-	-	-	-
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Fragola	-	-	-	●	●	●	-	-	-	-	-	-
Fico	-	-	-	-	-	●	●	●	●	-	-	-
Kiwi	●	●	●	●	●	-	-	-	-	-	●	●
Marroni	-	-	-	-	-	-	-	-	-	●	●	-
Mela	●	●	●	●	-	-	-	-	●	●	●	●
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Melone	-	-	-	-	-	-	●	●	●	-	-	-
Pera	●	●	●	●	-	-	-	●	●	●	●	●
Pesca Nettarina	-	-	-	-	-	●	●	●	●	●	-	-
Prugna	-	-	-	-	-	●	●	●	●	-	-	-
Uva da tavola	-	-	-	-	-	-	●	●	●	●	-	-
VERDURA												
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Asparago	-	-	-	●	●	●	-	-	-	-	-	-
Bieta	-	●	●	●	-	-	-	-	●	●	●	●

Carciofo	-	-	-	-	●	●	-	-	-	-	-	-
Cardo	●	●	●	-	-	-	-	-	-	-	●	●
Carota	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Cavolo	●	●	-	-	-	-	-	-	-	-	●	●
Cetriolo	-	-	-	-	●	●	●	●	●	-	-	-
Cipolla	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Fagiolino	-	-	-	●	●	●	●	●	●	●	-	-
Fagioli freschi	-	-	-	-	-	-	●	●	●	-	-	-
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Fava fresca	-	-	-	-	●	●	-	-	-	-	-	-
Finocchio	●	●	-	-	-	-	-	-	-	-	●	●
Lattuga	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Melanzana	-	-	-	-	-	●	●	●	●	●	-	-
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Patata	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Peperone	-	-	-	-	-	●	●	●	●	●	-	-
Piselli freschi	-	-	-	-	●	●	-	-	-	-	-	-
Pomodoro	-	-	-	-	-	●	●	●	●	●	-	-
Radicchio	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Ravanello	●	●	●	●	●	-	-	-	-	-	●	●
Sedano	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Verza	●	●	●	-	-	-	-	●	●	●	●	●
Zucca gialla	●	●	-	-	-	-	-	●	●	●	●	●
Zucchini	-	-	-	-	-	●	●	●	●	●	-	-

Fonte: Fruttasnack, progetto Ministero della Pubblica Istruzione Ministero della Salute, promosso Alimos-Alimenta la Salute