



UNIONE EUROPEA
FEASR



MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE
ALIMENTARI E FORESTALI

REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE SICILIANA
ASSESSORATO RISORSE
AGRICOLE E ALIMENTARI

Programma
di Sviluppo
Rurale PSR
Sicilia 2007-2013

Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo
Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

Misura 124: Cooperazione per lo sviluppo
di nuovi prodotti, processi e tecnologie
nei settori agricolo e alimentare e in
quello forestale



SICILIA
www.siciliaprogettogaia.it

Misure 124 (Cooperation pour le développement de nouveaux produits, procédés et technologies des secteurs agricoles et alimentaires et forestales) PSR Sicilie 2007-2013

Projet “GAIA – Instrument innovateur pour l'efficacité économique des entreprises vitivinicoles”

ANALISE DES RECHERCHES SUR LE POTENTIEL DES ACHATS DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES EN FILIÈRE COURTE SUR SITES DE E-COMMERCE

PRÉFACE

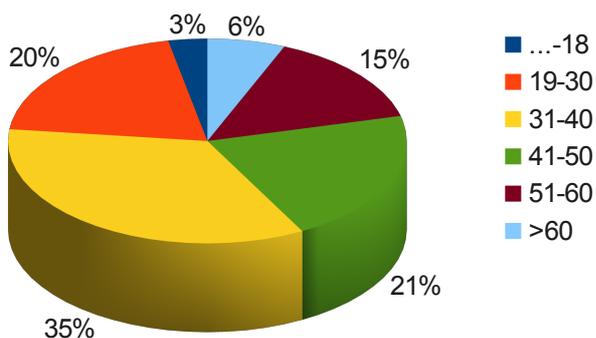
Les recherches conduites sur 188 personnes distribuées entre homme et femmes, précisé qu'ils sont un exemple scientifique, réalité représentée, non sur le plan numérique ou méthodique, mais ils consentent de représenter dynamique, comportements et intérêts sur l'agroalimentation en filière courte et sur sites de e-commerce.

La fiche somministrée est articulée en 4 sections:

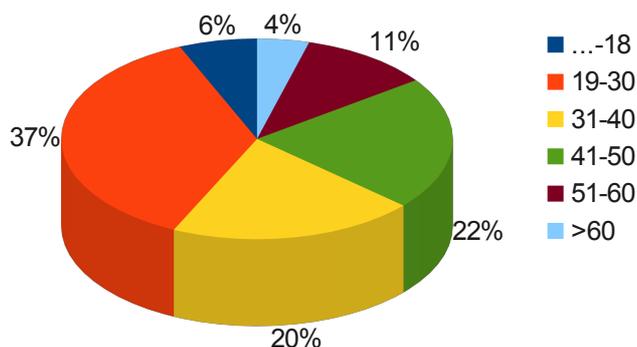
- 1 – anagrafe, données générales, titre d'étude, activité
- 2 – confiance avec les technologies informatiques
- 3 – confiance avec les ventes en filière courte
- 4 – confiance avec l'e commerce

La distribution par âge

distribuzione fasce età, M



distribuzione fasce età, F



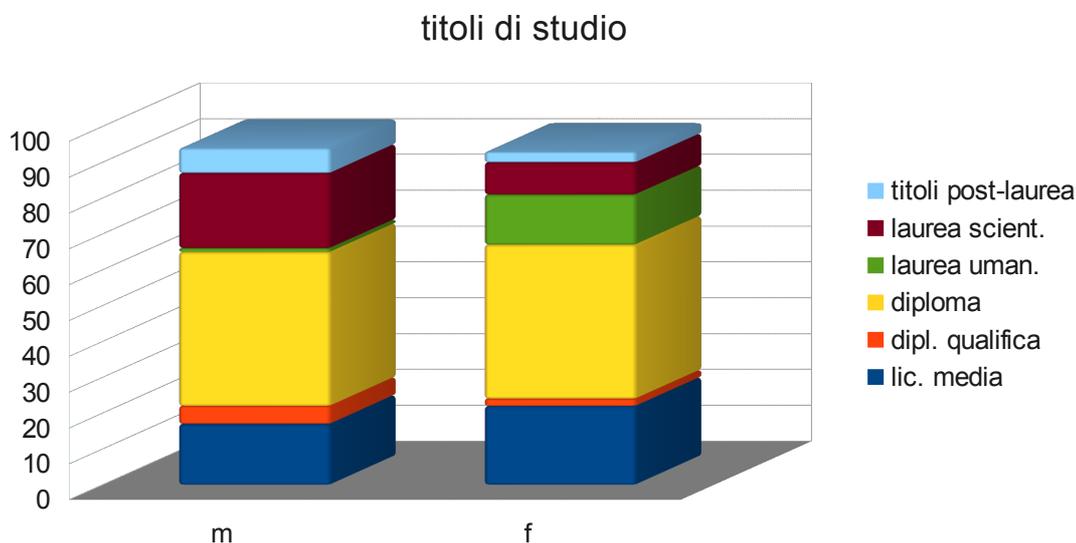
Distribution par âge, homme

Distribution par âge, femme

Donnée que le graphique se réfère a 90 hommes et 90 femmes, il est clair que la distribution par âge dans les deux est très

différente. Le groupe inférieur à 18 ans est constitué de 3% d'hommes et 6% de femmes. Le groupe 19-30 ans est constitué de 20% d'hommes et 37% de femmes. Alors que de 31 à 40 ans nous avons 35% d'hommes et seul 20% de femmes. L'unique pourcentage presque égale dans les deux sexes est dans le groupe 41-50 ans (21% hommes et 20% femmes). Tout cela confirme que pour le choix des personnes interviewées nous nous sommes remis au cas.

La distribution par titres d'étude



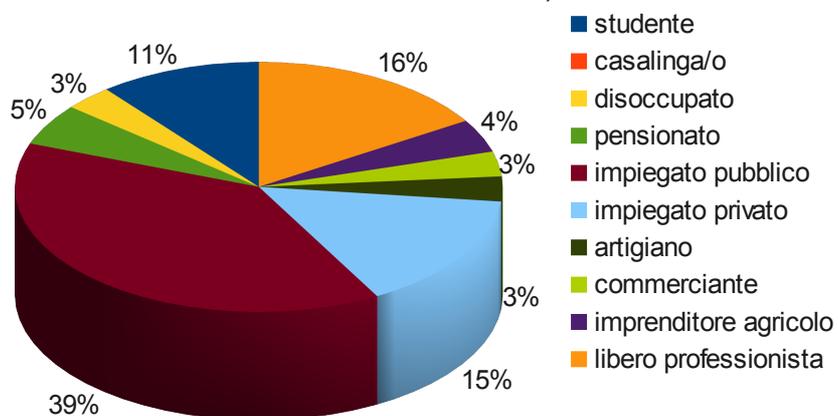
- ▣ titre d'étude
- ▣ titre post-licence
- ▣ licence scientifique
- ▣ licence humaniste
- ▣ diplôme
- ▣ diplôme de qualification
- ▣ certificat d'études secondaires

9% des hommes a un titre post-licence, alors que seulement 4% des femmes a le même titre. 22% des hommes interviewés a une licence scientifique, contre 9% des femmes. Les licences humanistes, au contraire, intéressent à peine 2% des hommes, mais bien 22% des femmes. Donc les hommes sont plus attirés par les matières scientifiques et les femmes par les matières humaines; cependant, il faut remarquer que ces ne sont pas données scientifiques.

Les diplômés sont le groupe plus nombreux, aussi bien entre les hommes (50 %) que entre les femmes (48 %). Le certificat d'études secondaires est possédé de 15% d'hommes et de 23% de femmes; les diplômés avec spécialisation sont hommes 5% et femmes 3%.

Les activités des interviewées

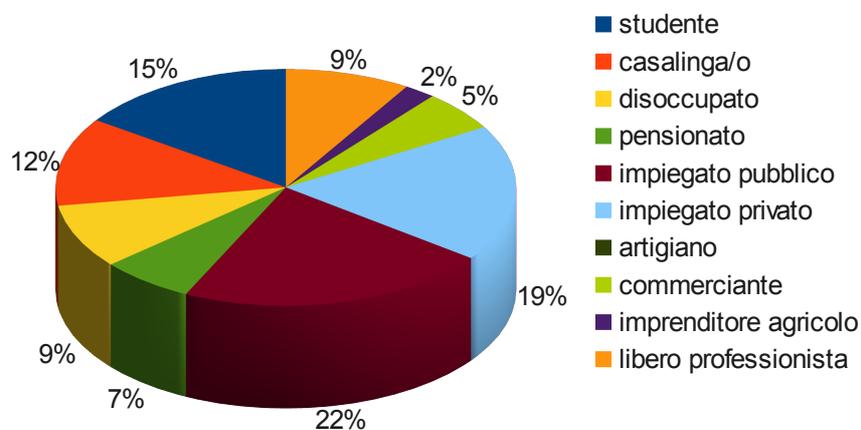
distribuzione attività, M



distribution activité, hommes

- étudiant
- femme/homme à la maison
- désoccupé
- pensionné
- employé publique
- employé privé
- artisan
- commerçant
- entrepreneur agricole
- libre professioniste

distribuzione attività, F



distribution activité, femmes

- étudiant
- femme/homme à la maison
- désoccupé

- pensionné
- employé publique
- employé privé
- artisan
- commerçant
- entrepreneur agricole
- libre professioniste

Les deux tourtes représentent

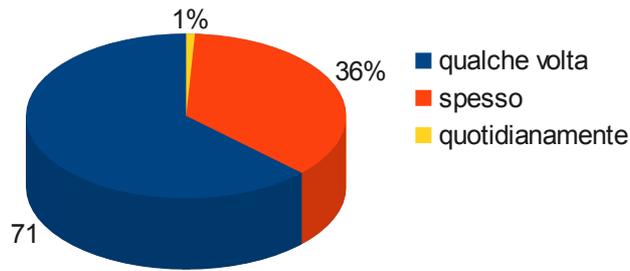
les activités exercées par hommes et femmes sans compter de l'âge. Seulement pour les étudiants on déduit qu'il se traite de jeunes. Pour le reste nous pouvons comparer les pourcentages d'hommes et femmes employés dans les activités variées. L'emploi publique est l'activité la plus pratiquée soit par les hommes (39%) soit par les femmes (22%). L'emploi privé suit avec 15% par les hommes et 19% pour les femmes. On souligne encore 16% d'hommes libres professionistes et 9 % de femmes.

Les désoccupés sont à peine 3% des hommes et bien 9% des femmes. 11% des hommes et 15% des femmes sont étudiants. Aucun homme de maison, alors que 12% de femmes de maison. Les artisans sont 4% hommes et 2% femmes. Les entrepreneurs agricoles sont 3% hommes et aucune femme. Les commerçants sont 5% femmes et 3% hommes. Les professions libres sont hommes 16% et femmes 9%. les pensionnés sont hommes 5% et femmes 7%. La majeure présence de femmes pensionnées est sûrement due à la longévité par apport aux hommes. Toutes ces données donnent à conclusion que les hommes sont les principaux protagonistes des activité économiques, alors que les femmes s'occupent du foyer, de la vie familiale à partir de l'éducation des enfants. En plus des activités lavoratives, peu moins que les hommes, les femmes ont aussi la charge de la gétion économique du foyer, la maison, les fils où les hommes sont peu présents.

Pour la section 2 (confiance avec les techniques informatiques, en particulier internet et social network), presque la totalité des interrogés navigue sur internet, hommes et femmes sans distinction. Pour cela, même distributions précédentes pour type d'occupation et âge: ils sont licenciés 32% des hommes et 30% des femmes, lesquelles utilisent majeurement les social network (87%) par apport à les hommes (7%).

Pour la **section 3 (confiance avec la vente en filière courte)**, 59% des interrogés déclare avoir acheté produits en filière courte, réparties également entre hommes et femmes, avec cette frequence d'achat:

frequenza acquisto filiera corta

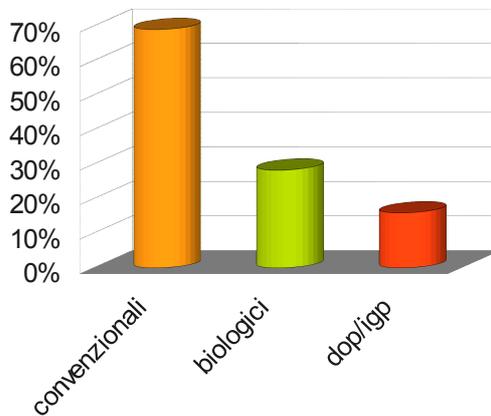


frequenza acquisto filiera corta

- ▣ qualche volta
- ▣ spesso
- ▣ quotidianamente

Entre ceux qui ont acheté en filière courte, 71% déclare d'acheter chez un producteur de confiance les suivants types de produits avec les relatives degrés de satisfaction de 1 (bas) à 5 (haut)

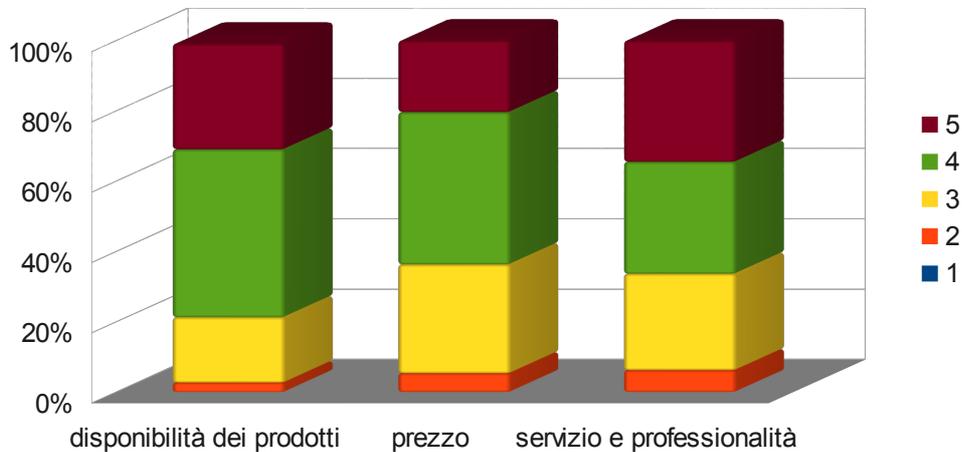
Tipologia prodotti acquistati in FC



types de produits achetés en filière courte

- conventionnels
- biologiques
- dop/igp

grado di soddisfazione acquisto in FC

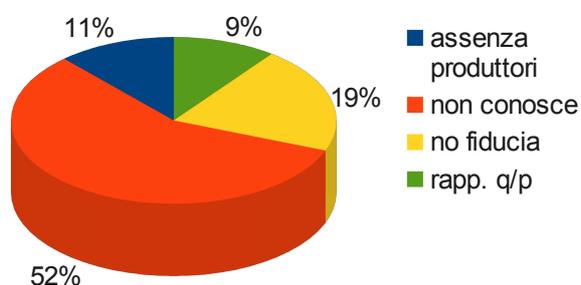


degré de satisfaction d'achat en filière courte

- disponibilité des produits
- prix
- service et professionnalité

Le restant 41% qui n'achète pas en filière courte fournit les motivations suivantes:

motivazioni mancato acquisto FC



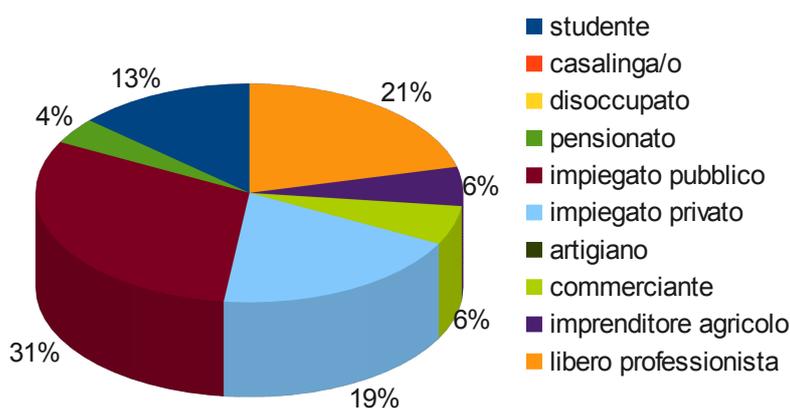
motivations manqué achat en filière courte:

absence des producteurs
sans connaissance
non confiance
rapporte qualité/prix

Si bien le principal motif soit le manque de connaissance, 52% qui n'achète pas en filière courte déclare de ne pas être intéressé.

Pour la section 4 (**confiance avec l'e-commerce**), 56% des interrogés déclare d'avoir acheté biens et services sur internet, sans différence entre hommes et femmes, avec cote consistante de licenciés (43% hommes, 40% femmes), avec les suivantes activités occupationales:

attività utenti e-commerce, maschi

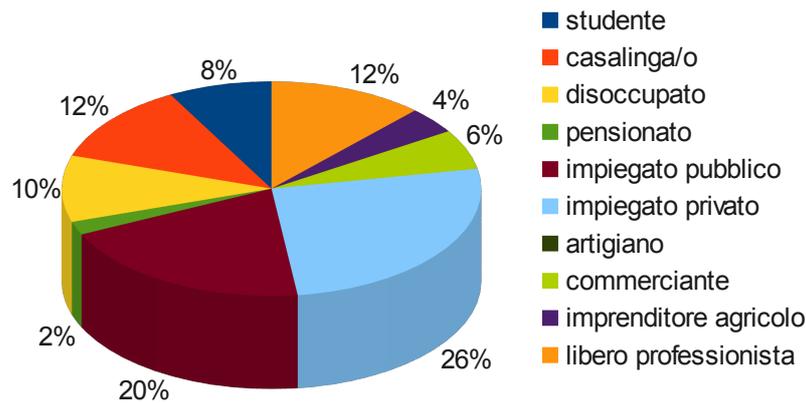


activité utilisateurs e-commerce, hommes:

- étudiant
- femme/homme à la maison
- désoccupé
- pensionné
- employé publique
- employé privé
- artisan
- commerçant
- entrepreneur agricole

▫ libre professioniste

attività utenti e-commerce, femmine

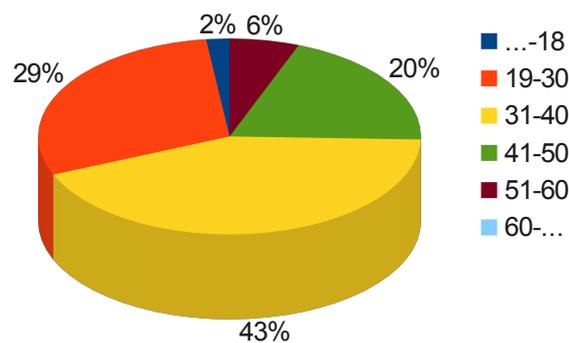


attività utilizzatori e-commerce, femmine:

- étudiant
- femme/homme à la maison
- désoccupé
- pensionné
- employé publique
- employé privé
- artisan
- commerçant
- entrepreneur agricole
- libre professioniste

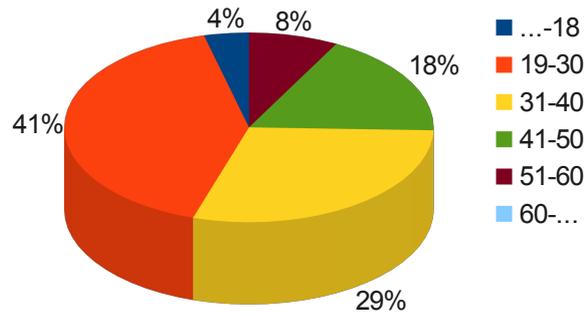
En terme de bande d'âge:

utenti e-commerce per fasce età, M



utilizzatori e-commerce per bande d'âge, hommes

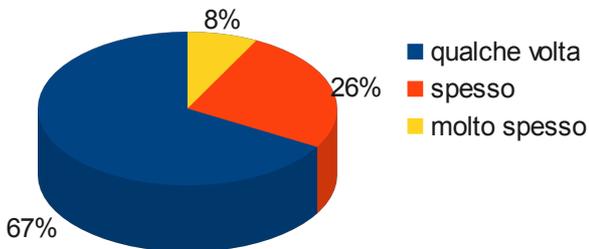
utenti e-commerce per fasce età, F



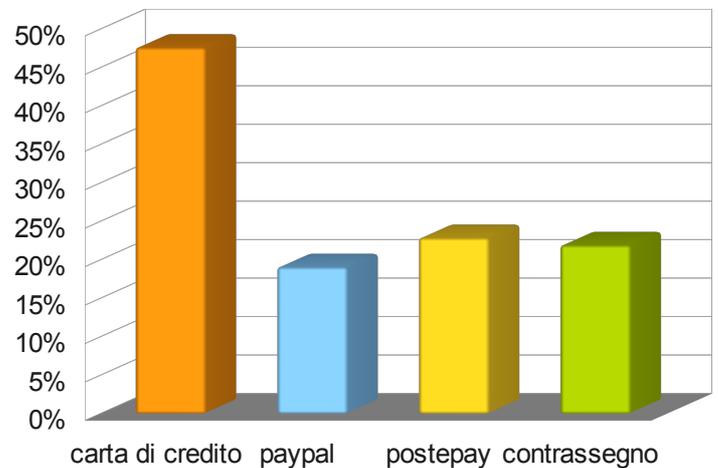
utilisateurs e-commerce par bande d'âge, femmes

Les achats online viennent effectués avec tels niveaux de fréquences et modes de paiement:

Frequenza di acquisto e-commerce



Modalità di pagamento

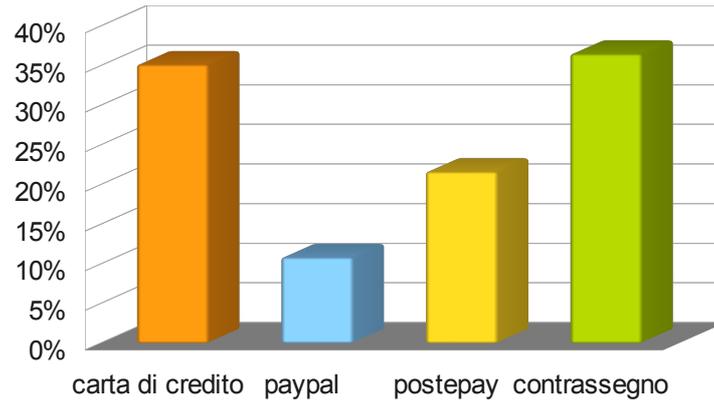


Fréquence d'achat e-commerce	mode de paiement
□ quelque fois	- carte de crédit
□ souvent	- paypal
□ très souvent	- postepay - chèque

Seulement 6% de ces personnes achète en filière courte online (**potentiel inexploré évident**), et 60% qui n'achète pas en filière courte ne manifeste pas d'**intérêt** à le faire.

Les modes de paiement éventuel choisi pour acheter en filière courte online sont:

modalità pagamento eventualmente scelta (FC, e-commerce)



mode de paiement éventuel choisi (filiale courte, e-commerce)

- carte de crédit
- paypal
- postepay
- chèque

Enfin, 57% des personnes qui n'ont jamais acheté sur sites de e-commerce, serait intéressé à le faire