Ingrid Begliomini – *GODO Umbria*

Biancamaria Torquati – *Università di PG*

Chiara Taglioni – *Università di Perugia*

Elena Viganò – *Università di Camerino*

Vincenzo Vizioli – *AIAB Umbria*

loginBIO

umbria

I NUMERI DELLA FILIERA CORTA

per lo sviluppo
del biologico
in Umbria



COSA E' IL GODO

I **Gruppi Organizati di Domanda e Offerta**, sono promossi da **AIAB** e nascono dall'esperienza dei GAS (Gruppi di Acquisto Solidale), per offrire servizi ai propri associati.

La campagna GODO nasce dalla consapevolezza che i produttori biologici e i cittadini consumatori responsabili, hanno obiettivi comuni che impongono di trovare insieme, nuove forme d'incontro, scambio e collaborazione.

Obiettivo dell'iniziativa è, infatti, favorire la vendita diretta e lo sviluppo locale, mettendo in contatto, grazie all'associazione, produttori biologici e consumatori, per limitare intermediazioni, prezzi eccessivi e anonimato delle produzioni.

Io mangio Bio e G.O.D.O.
Gruppo Organizzato Domanda Offerta

loginBIO

ATTIVITA' DEI GODO

La principale attività dei godo è l'**acquisto collettivo di prodotti direttamente da aziende agricole biologiche certificate** ubicate nell'ambito territoriale di riferimento del gruppo o nelle zone vocate più vicine per i prodotti non autoctoni.

Sono attività dei godo:

- L'organizzazione degli ordini e della distribuzione dei prodotti
- L'organizzazione di degustazioni guidate dei prodotti
- Informare sulle qualità organolettiche, nutrizionali e sulla provenienza dei prodotti
- L'organizzazione di momenti di aggregazione e di incontro fra produttori e consumatori nelle aziende, nei mercati in sede
- L'organizzazione di seminari e di incontri di informazione ai consumatori sul metodo di agricoltura biologica e sui temi della sostenibilità.

COME FUNZIONA

Il tutto si configura come uno scambio tra soci consumatori e soci produttori di AIAB sia per motivi fiscali sia per rafforzare il concetto di obiettivi comuni tra chi produce e chi compra.

- Il responsabile del **GODO,** in base alla disponibilità dei prodotti in campo e in magazzino, dei soci fornitori, aggiorna il listino e lo invia *(Martedì)* per posta elettronica ai soci consumatori;
- Senza alcun impegno di quantità o frequenza, il socio del gruppo di acquisto se interessato, rispedisce l'ordine compilato al mittente entro la data indicata *(Domenica);*
- Il responsabile del **GODO** scarica gli ordini arrivati e comunica (lunedì) a ogni fornitore i quantitativi di prodotto da consegnare;
- sempre per posta elettronica **AIAB Umbria** comunica ai soci consumatori data e ora del ritiro (Mercoledì);
- la mattina del giorno del ritiro *(mercoledì)* i soci produttori consegnano i prodotti ordinati presso il punto di distribuzione, il pomeriggio i soci consumatori ritirano quanto ordinato;

loginBIO

ESEMPIO DI LISTINO

NOME	COGNOME	N° telefono	Turno / luogo di ritiro	GRUPPO DI ACQUISTO AIAB - UMBRIA		N° pezzi ordine	Totale Ordine
				RIEPILOGO ORDINE PERSONALE 14-07-2010		-	-
Categoria Merceologica	***TIPOLOGIA PRODOTTO***	***FORMATO MIN CONFEZIONE***	***PREZZO A CONFEZIONE €***	***PREZZO AL KG/L. €***	***AZIENDA***	***ordine***	***tot euro***
Ortofrutta	Cassettone bio - Insalata,melanzane,cetrioli,zucchine, carote,pomodori,frutta mista	10 kg	16,00	1,60	Il lombrico felice –città di castello		€ -
Ortofrutta	Cassettone bio - Cetrioli,insaltata,zucchine,pomodoro, cipollotti,fiori di zucca,carote	5 kg	8,50	1,70	Il lombrico felice-città di castello		€ -
Ortofrutta	Mirtilli	150gr	2,40	16.00	Az. Chirico – Terni		€ -
Ortofrutta	Insalata Canasta	1 kg	1,70	1,70	Centuria Sociale		€ -
Ortofrutta	Pomodoro insalataro	1 kg	1,80	1,80	Martoni – Foligno		€ -
Succhi	Succo di mele	1 lt	3,45	3,45	Mele del Trasimeno		€ -
Olio di semi	Spremuta di girasole	0,75 lt	6,00	6,00	Torre colombaia- S. Biagio della Valle		€ -
Olio d'Oliva	Olio extravergine di Oliva	lattina 5 lt.	40,00	8,00	Az.Agr. Betti Franco-Assisi		€ -
Vini e grappe	Vino rosso sfuso IGT Umbria	tanica 5 lt	10,25	2,05	Moretti Omero - Giano dell'Umbria		€ -
Spezie	Zafferano di Cascia	conf. gr 0,30	8,00		Az. Rossi Rita Cascia		€ -
Formaggi	Caciotta al tartufo	circa 600 gr	10,80	18,00	Az. F.lli Di Porzio - Cascia		€ -
uova	Uova sfuse	numero	0,29		Ovito bio - Baiano di Spoleto		€ -
Miele	Miele millefiori bosco	500 g	4,50	9,00	Az. Calabria - Assisi		€ -
Confetture	Confettura di more	450 gr	4,00	8,90	Az Migliorati - Montone		€ -
Cereali	Farro intero	sacchetto 1 kg	4,80	4,80	Az. I piani - Costacciaro		€ -
Legumi	Lenticchie Monti sibillini	sacchetto gr 500	3,00	6,00	Agrisviluppo Todiano Preci		€ -
Cosmetici	*Shampoo propoli*	200 ml	9,00		Apodea voc. Costa del Gallo Giove TR		€ -

loginBIO







dalle 8.00 alle 12.00 arrivano i produttori e si scarica







Si pesa, si insacchetta si preparano le casse per il ritiro





E’ tutto pronto per il ritiro









I soci trovano l’ordine personale stampato e preparano l’ordine con l’aiuto di un operatore





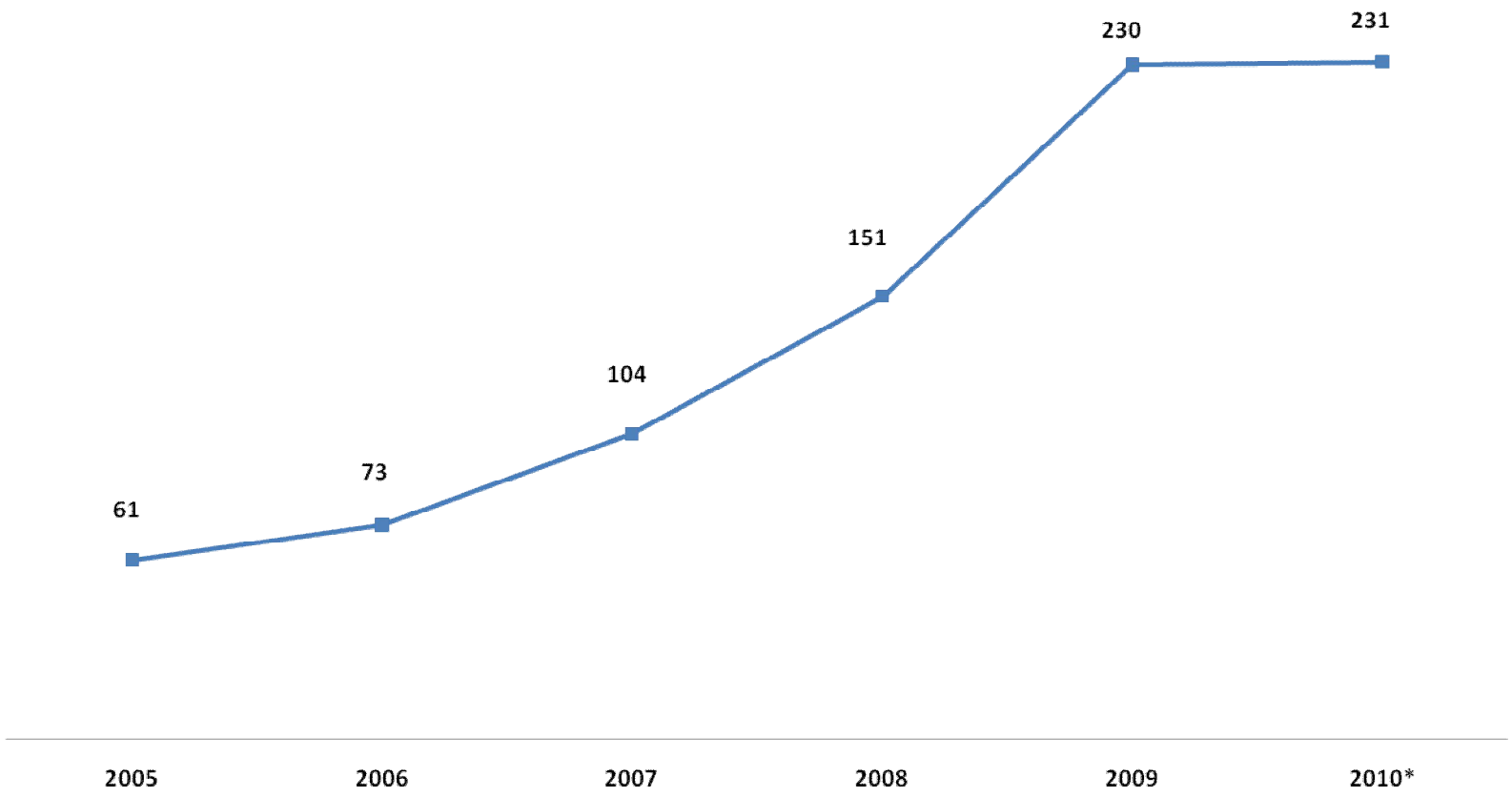


si controlla la spesa

si paga

si torna a casa

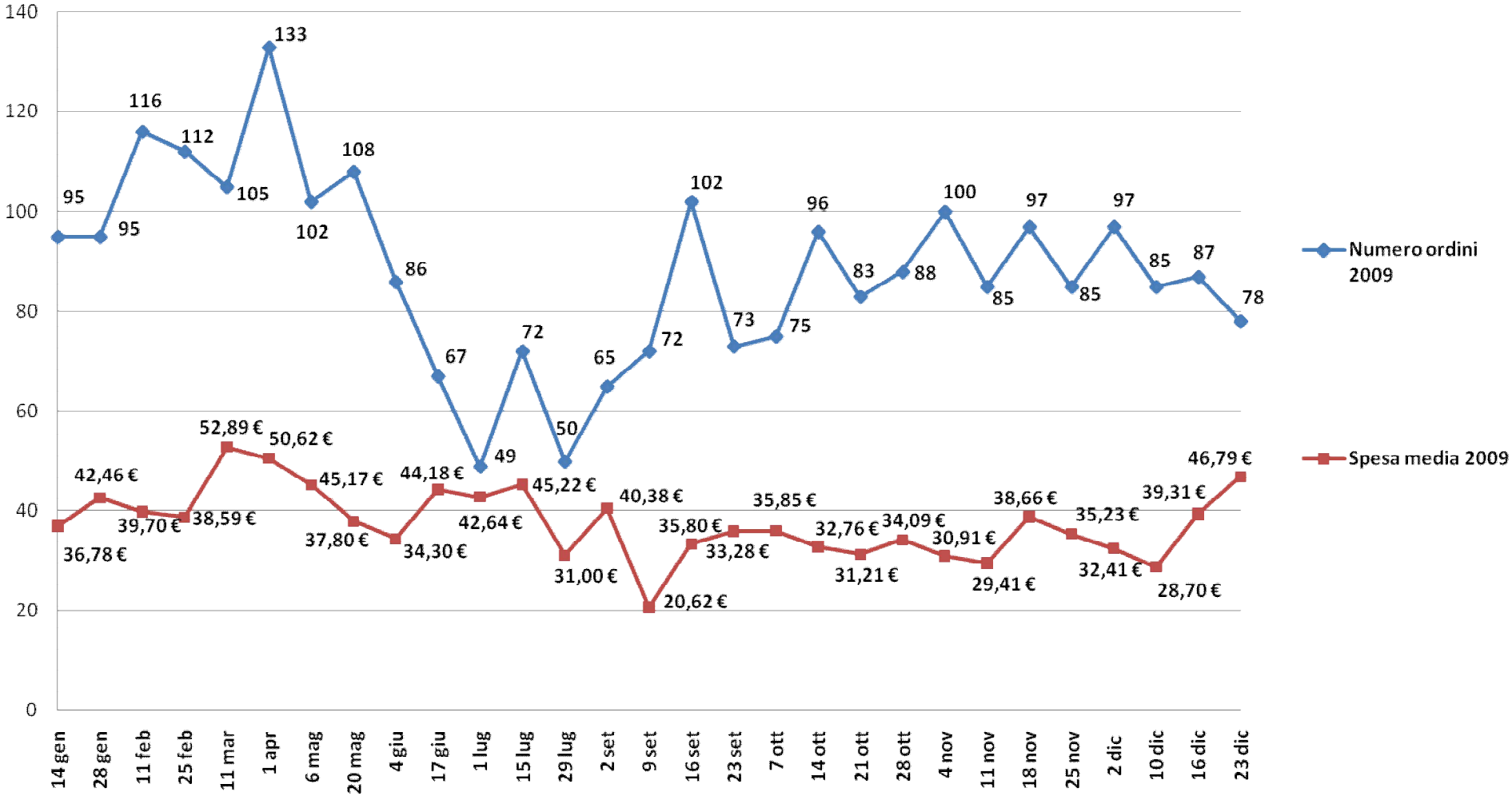
Soci GODO al 30giugno 2010



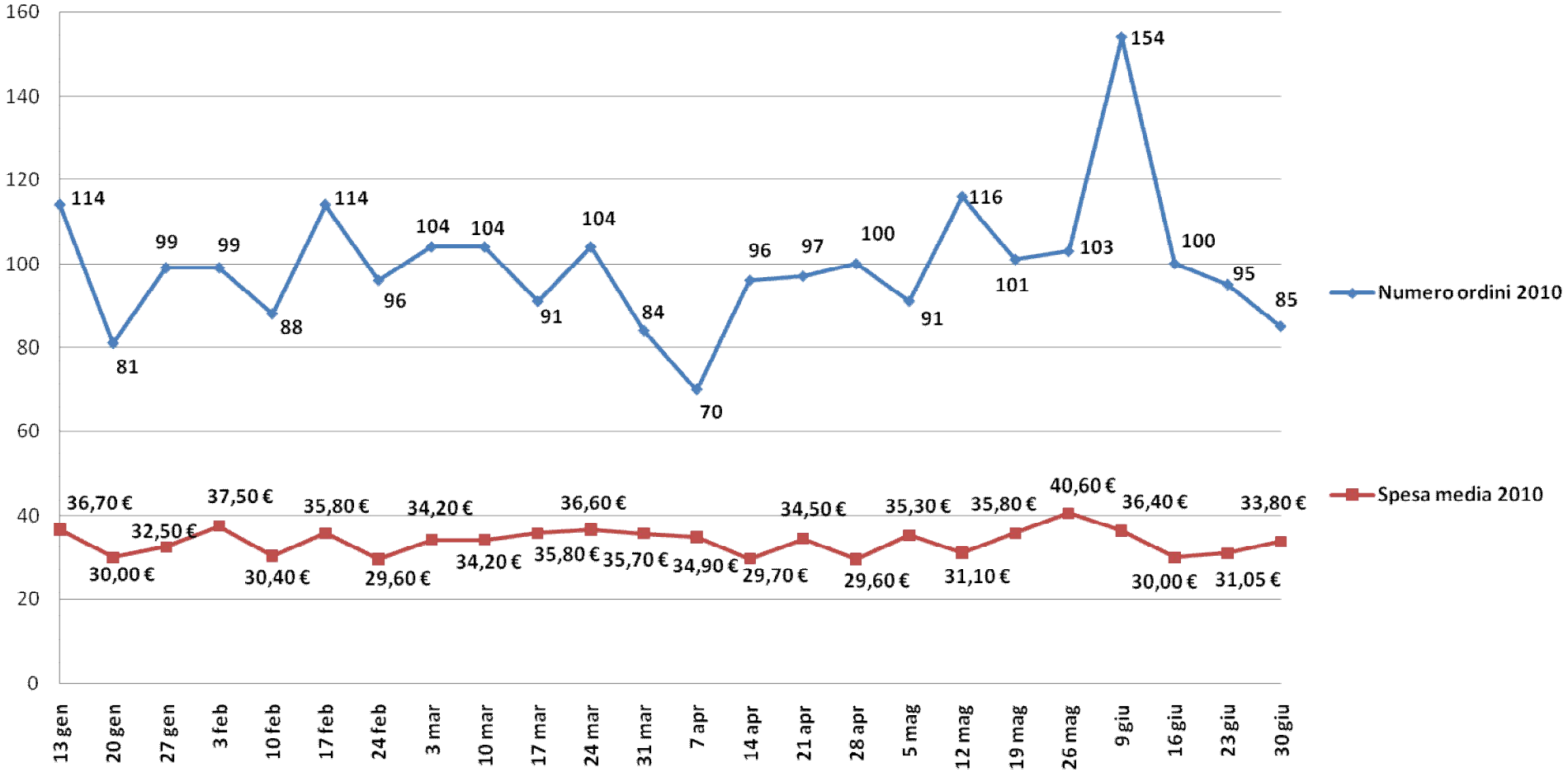
DATI GENERALI

	2009	2010*
LISTINI INVIATI	29	24
RITIRI	2584	2386
FATTURATO	98.473,62	84.213,00
SPESA MEDIA PER UTENTE	34,47	33,9
MEDIA UTENTI PER CONSEGNA	89,1	99,4
* Al 30 giugno 2010		

I NUMERI DELLA FILIERA CORTA:
RITIRO ORDINI E SPESA MEDIA DA GENNAIO A DICEMBRE 2009



I NUMERI DELLA FILIERA CORTA:
RITIRO ORDINI E SPESA MEDIA DA GENNAIO A GIUGNO 2010



Fatturato e incidenza percentuale dei prodotti

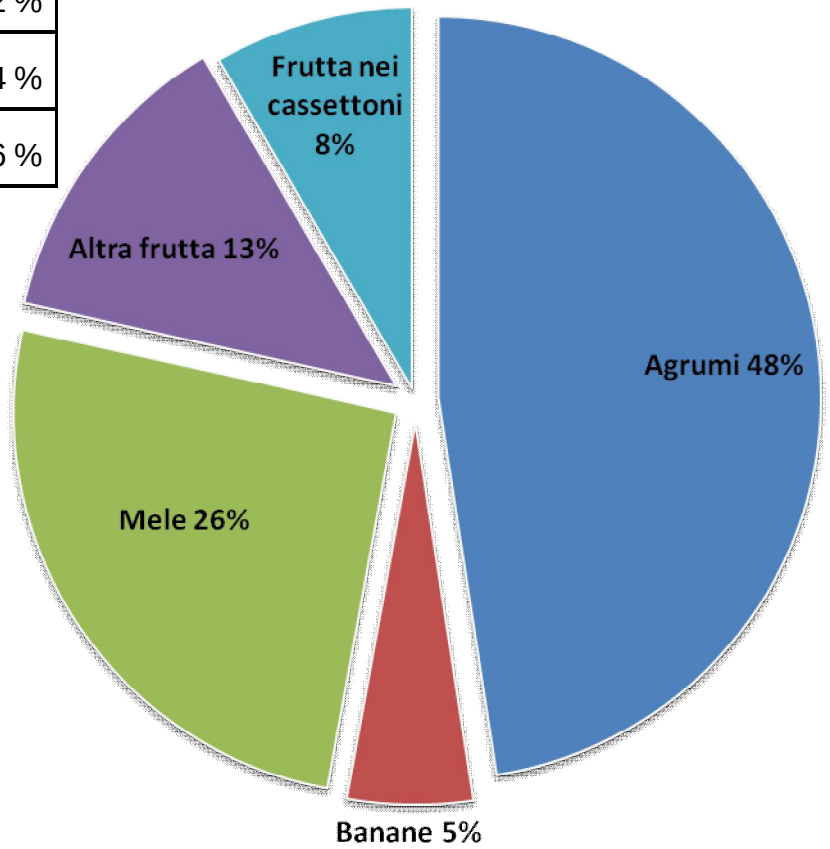
Fatturato GODO, anno 2009

Categoria prodotti	Valori in euro	in %	Categoria prodotti	Valori in euro	in %
Ortofrutta	49.745	47,7%	Pasta	1.633	1,6%
Formaggi	17.961	17,2%	Succhi	1.374	1,3%
Vino	6.956	6,7%	Miele e semi oleosi	1.262	1,2%
Farine	3.336	3,2%	Cosmetici	1.227	1,2%
Olio extra vergine	3.000	2,9%	Riso	694	0,7%
Sughi, salse e preparati	2.671	2,6%	Cereali farro, miglio, orzo	603	0,6%
Uova	2.587	2,5%	Detersivo	500	0,5%
Passata, pelati	2.179	2,1%	Zuppe cereali e legumi	350	0,3%
Legumi	2.045	2,0%	No food	317	0,3%
Zucchero caffè snack tè	1.944	1,9%	Biscotti	215	0,2%
Confetture	1.840	1,8%	Zafferano	136	0,1%
Sottolio	1.676	1,6%	**In totale**	**104.251**	**100,0%**

Nota: nel 2010 sicuramente la vendita di carne Chianina assumerà un ruolo importante, stima= 13.800 euro (12%)

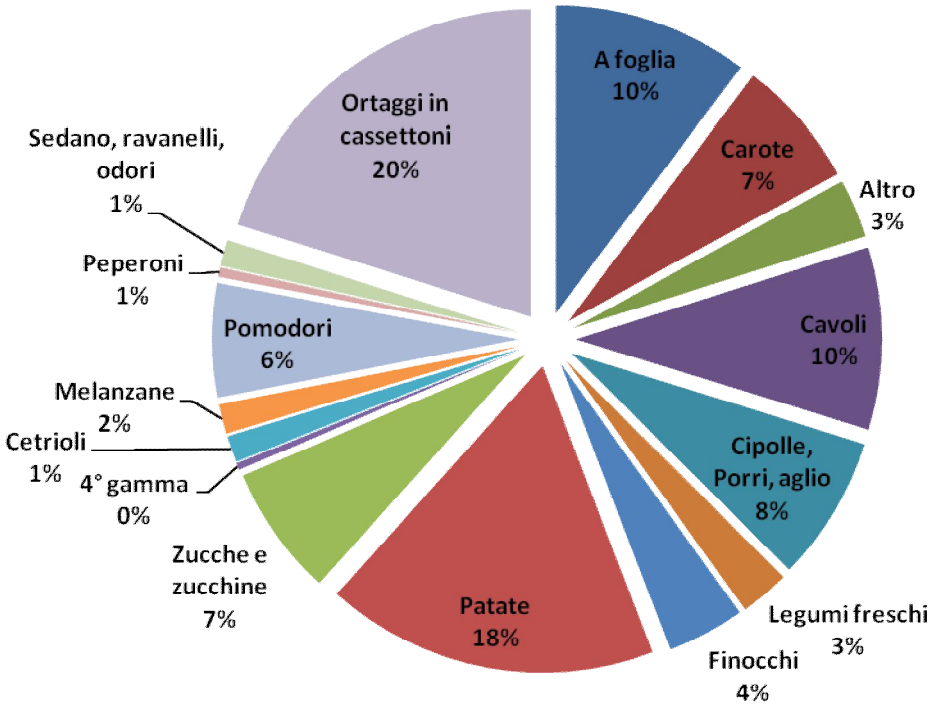
TOTALE FRUTTA VENDUTA NEL 2009 E PRIMO SEMESTRE 2010
29728,2 KG

AGRUMI	14143,32 KG	47,57 %
BANANE	1578,6 KG	5,31 %
MELE	7614,35 KG	25,62 %
ALTRA FRUTTA	3876,58 KG	13,04 %
FRUTTA NEI CASSETTONI	2515 KG	8,46 %



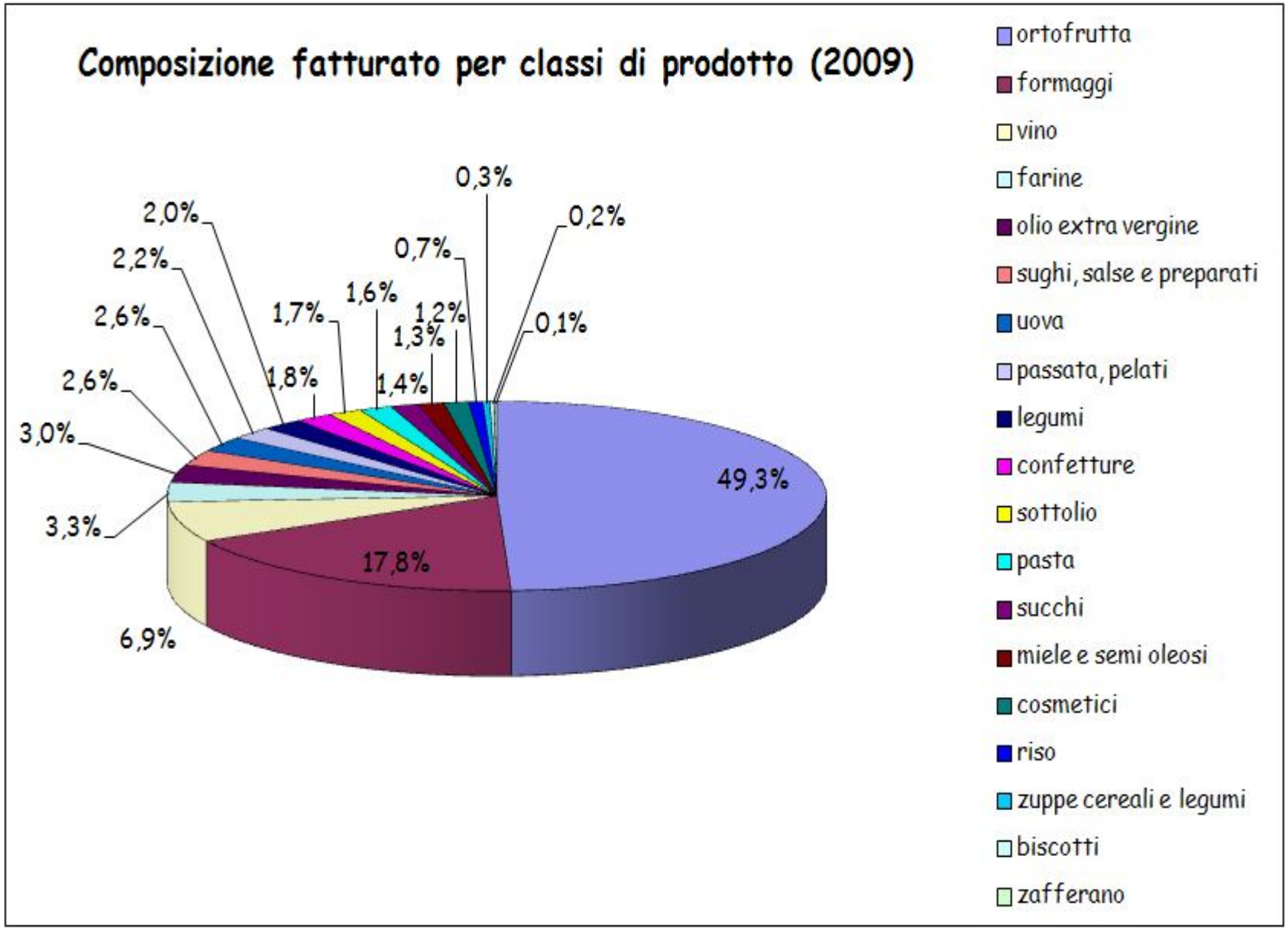
TOTALE ORTAGGI VENDUTI NEL 2009 E PRIMO SEMESTRE 2010
29009,74 KG

A FOGLIA	3027,8 KG	10,43 %
CAROTE	1986,5 KG	6,84 %
ALTRO	924 KG	3,18 %
CAVOLI	2836 KG	9,77 %
CIPOLLE, PORRI, AGLIO	2259,65 KG	7,78 %
LEGUMI FRESCHI	774 KG	2,66 %
FINOCCHI	1206,4 KG	4,15 %
PATATE	5162,5 KG	17,79 %
ZUCCHE E ZUCCHINE	2032,79 KG	7 %
4° GAMMA	111,75 KG	0,38 %
CETRIOLI	414 KG	1,42 %
MELANZANE	461 KG	1,58 %
POMODORI	1775 KG	6,11 %
PEPERONI	152 KG	0,52 %
SEDANO, RAVANELLI, ODORI	411,3 KG	1,41 %
ORTAGGI NEI CASSETTONI	5933 KG	20,45 %



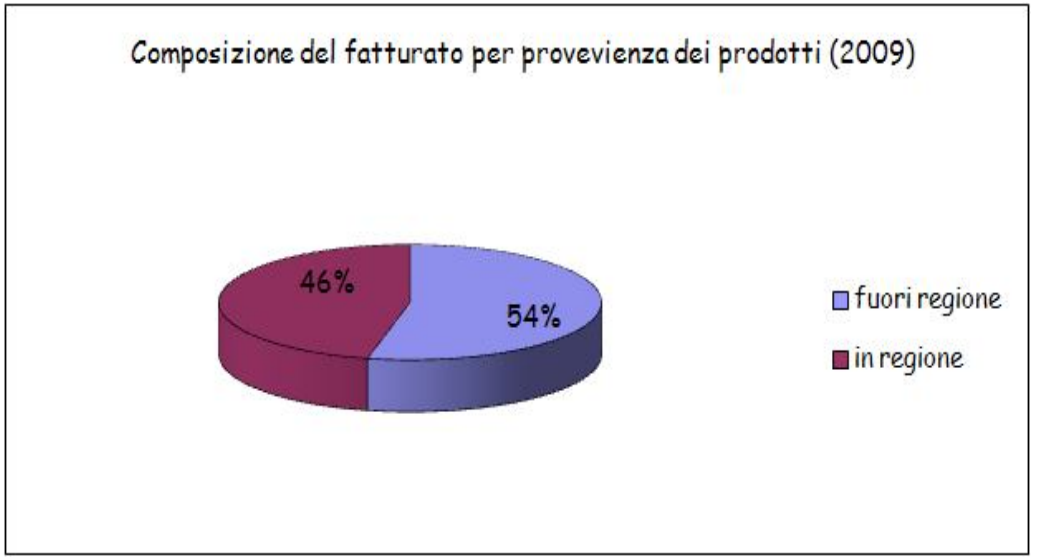
ALTRI PRODOTTI DEL LISTINO GODO

TIPOLOGIA	2009	2010	TOT
OLIO (lt)	311.5	150	**461.5**
VINO (lt)	2748	1340	**4088**
CONSERVE POMODORO E SALSE	1158	993.5	**2.51.5**
FORMAGGI (Kg)	1286.3	1114.2	**2400.5**
UOVA (n)	7608	6844	**14452**
SOTT'OLI (pz)	149	148	**297**
SUCCHI (lt)	318	213	**531**
MIELE, CONFETTURE E CREME (Kg)	407.7	268.5	**676.2**
CAFFE', ORZO (Kg)	40.3	49.4	**89.7**
THE' e TISANE (pz)	235	163.3	**398.3**
CEREALI E FARINE (Kg)	1503	1015.2	**2518.2**
RISO E PASTA (Kg)	816	915	**1731**
LEGUMI E ZUPPE (Kg)	342.5	224.7	**567.2**
NO FOOD (pz)	211	152	**363**


Composizione fatturato per classi di prodotto (2009)
49,3%
17,8%
6,9%
3,3%
3,0%
2,6%
2,6%
2,2%
2,0%
1,8%
1,7%
1,6%
1,4%
1,3%
1,2%
0,7%
0,3%
0,2%
0,1%
ortofrutta
formaggi
vino
farine
olio extra vergine
sughi, salse e preparati
uova
passata, pelati
legumi
confetture
sottolio
pasta
succhi
miele e semi oleosi
cosmetici
riso
zuppe cereali e legumi
biscotti
zafferano

Suddivisione del fatturato per classe di prodotto e provenienza (anno 2009)

Classe prodotti	fuori regione	in regione
ortofrutta	54%	46%
formaggi	33%	67%
vino	0%	100%
farine	0%	100%
olio extra vergine	0%	100%
sughi, salse e preparati	69%	31%
uova	80%	20%
passata, pelati	100%	0%
legumi	0%	100%
confetture	40%	60%
sottolio	100%	0%
pasta	71%	29%
succhi	20%	80%
miele e semi oleosi	0%	100%
cosmetici	0%	100%
riso	85%	15%
zuppe cereali e legumi	0%	100%
biscotti	0%	100%
zafferano	0%	100%
cereali farro, miglio, orzo	0%	100%
detersivo	100%	0%
no food	100%	0%
zucchero caffè snack tè	0%	100%



Confronto della spesa tra GODO E GDO

Spesa di prodotti biologici

Descrizione alimento	Categoria	Unità di misura	Quantità	Valore in euro GODO	Valore in euro GDO	Differenza	
Vino Rosso 2007	vino	bott	6,0	36,22	52,80	-16,58	-31%
Mele stark cal75/80 cattII	frutta	kg	5,0	7,50	13,02	- 5,52	-42%
Parmiggiano reggiano dop	formaggi	kg	1,0	14,50	19,97	- 5,47	-27%
Patate bianche	verdura	kg	5,0	6,00	9,95	- 3,95	-40%
Olio extra Vergine DOP	olio extravergine	l	0,5	5,50	8,50	- 3,00	-35%
Olio extra Vergine DOP	olio extravergine	l	0,8	9,85	11,90	- 2,05	-17%
Pomodoro oblungo cat 35-40	verdura	kg	1,0	1,60	3,30	- 1,70	-51%
Carote bolero 20/45	verdura	kg	1,0	1,25	1,99	- 0,74	-37%
Zucchine verdi cal 14-21	verdura	kg	1,0	2,10	2,75	- 0,65	-24%
Cipolla dorata	verdura	kg	1,5	2,55	3,15	- 0,60	-19%
Limoni verdello sicilia	frutta	kg	1,0	2,00	2,60	- 0,60	-23%
Riso Baldo Integrale	riso	kg	1,0	2,10	2,40	- 0,30	-13%
Banane equo solidale	frutta	kg	1,0	2,40	2,60	- 0,20	-8%
Aglio a treccia	verdura	kg	0,6	4,80	4,60	0,20	4%
Penne rigate	pasta	kg	1,0	1,90	1,40	0,50	36%
Spaghetti	pasta	kg	1,0	1,90	1,40	0,50	36%
Fagioli borlotti	legumi	kg	0,5	3,00	1,70	1,30	76%
Passata di pomodoro	passata	pz	12,0	16,80	14,96	1,84	12%
Zuppa farro	zuppe	kg	0,5	3,50	1,55	1,95	126%
Lenticchie	legumi	kg	0,5	4,00	1,80	2,20	122%
TOTALE				**129,47**	**162,32**	**- 32,85**	**-20%**

Fonte: rilevazione diretta Perugia , settembre 2010

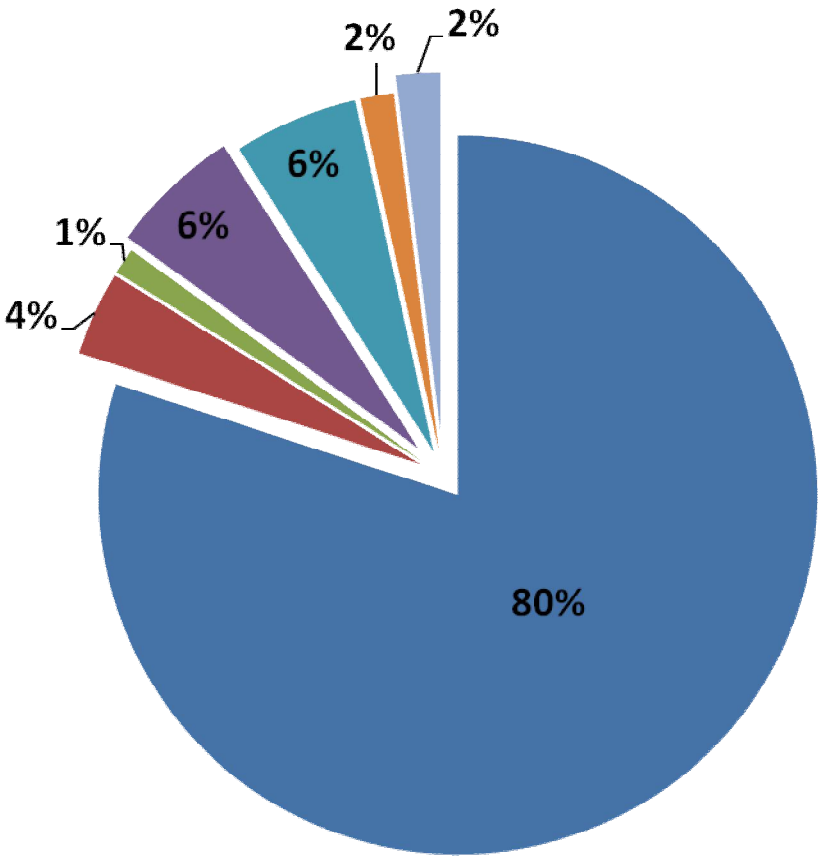
Spesa GDO 162.32 - Spesa GODO 129.47 - 20%

Confronto della spesa tra GODO E GDO su provenienza e marchi dei prodotti

Spesa bio al GODO		
Valore in €	**%**	**Provenienza**
2.4	1.9	Importazione
44.15	34.1	Italia
82.92	64.0	Umbria
129.47	100	
Valore in €	In %	Marchi
129.47	100 %	aziendale

Spesa bio alla GDO		
Valore in €	**%**	**Provenienza**
20.30	12.5	Importazione
68.83	42.4	Italia
73.20	45.1	Umbria
162.32	100	
Valore in €	In %	Marchi
89.12 73.20	54.9 % 45.1 %	Private label Aziendale

IL PREZZO TRASPARENTE



- PRODUTTORI 80%
- UTENZE E AFFITTO 3,8%
- TRASPORTI 1,2%
- COMPENSI E RIMBORSI 5,9%
- IMPOSTE ((IVA, IRPEF …) 5,6%
- INVENDUTO E IMPREVISTI 1,5%
- UTILE REINVESTITO 2%

INVESTIMENTI

2 FRIGORIFERI
3 BILANCE
SCAFFALATURE IN LEGNO
SCAFFALATURE PER MAGAZZINO
2 TAVOLI
1 CELLA FRIGORIFERA
NNUOVO SOFTWARE DI GESTIONE

L’indagine sui soci consumatori

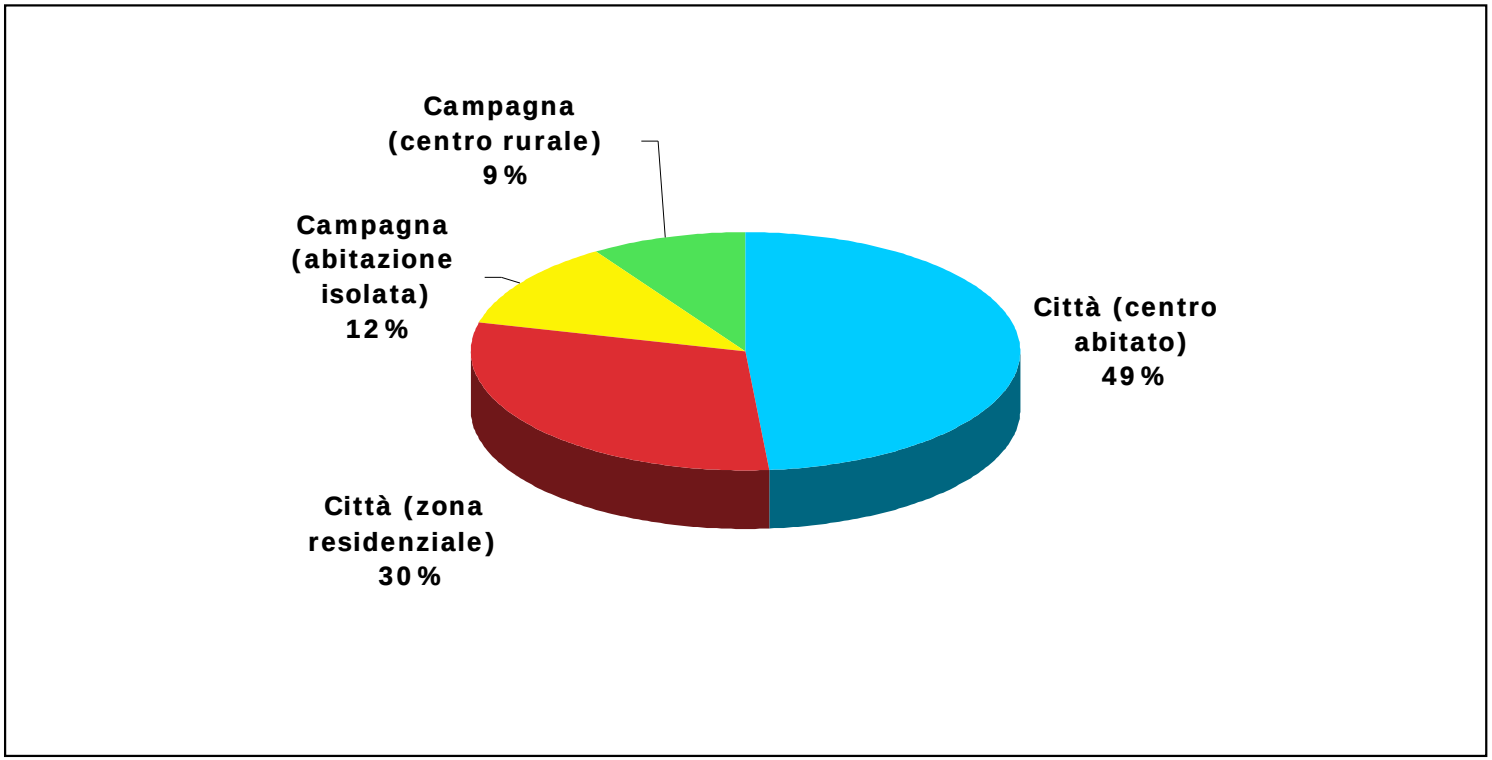
- Periodo: aprile-luglio 2010
- Modalità: invio per e.mail

	Questionari restituiti	Questionari elaborati
Perugia	64	51
Terni	14	12
TOTALE	**78***	**66****

*37,9% del totale dei soci

**32% del totale dei soci

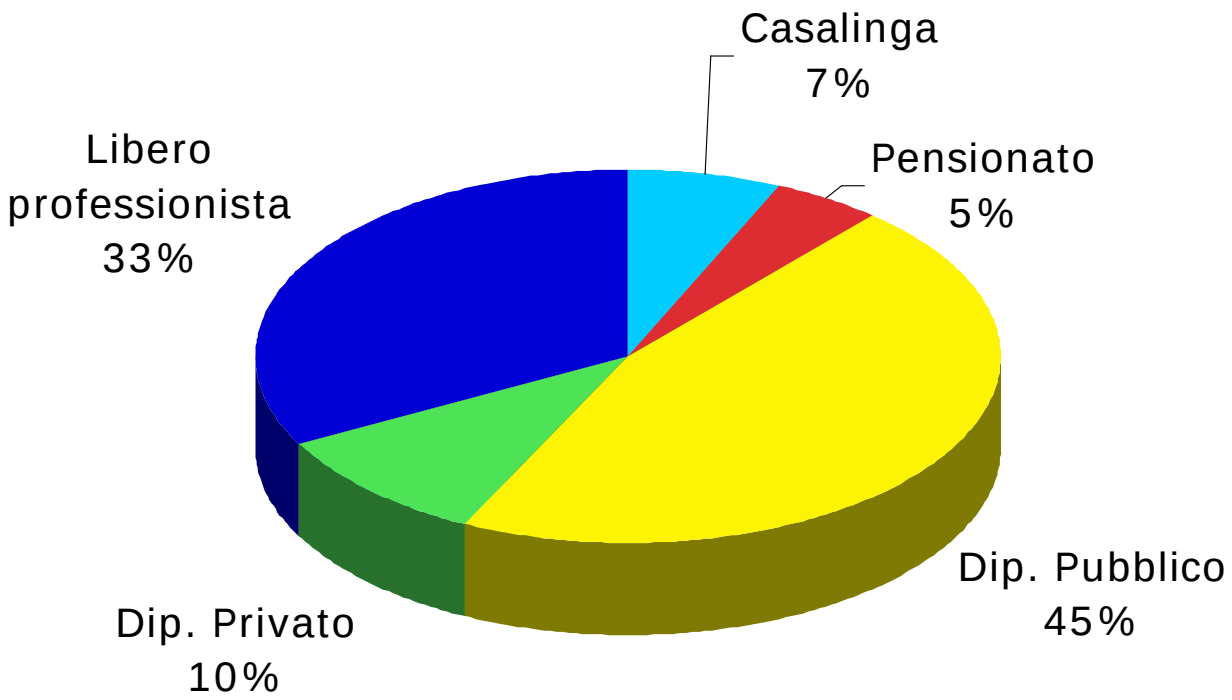
Luogo di residenza



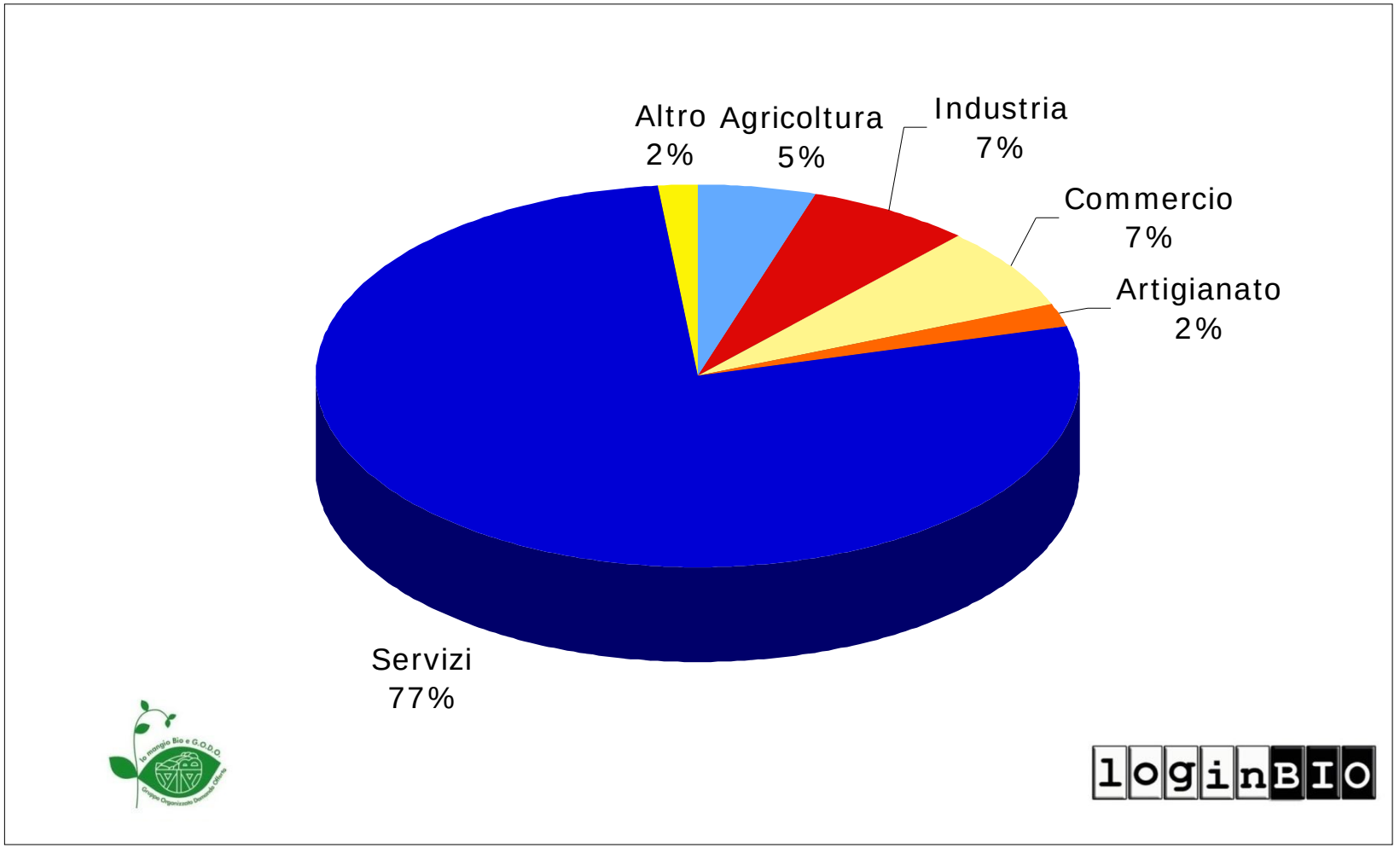
la distanza media percorsa dai consumatori per andare al GODO è **di 8,2 Km** contro i **3,5 Km** per andare verso il punto vendita vicino

Sesso	
Maschi	30,3%
Femmine	69,7%
Età media	45 anni
Single	25,8%
Famiglie	74,2%
Senza figli	37,9%
Con figli	36,4%

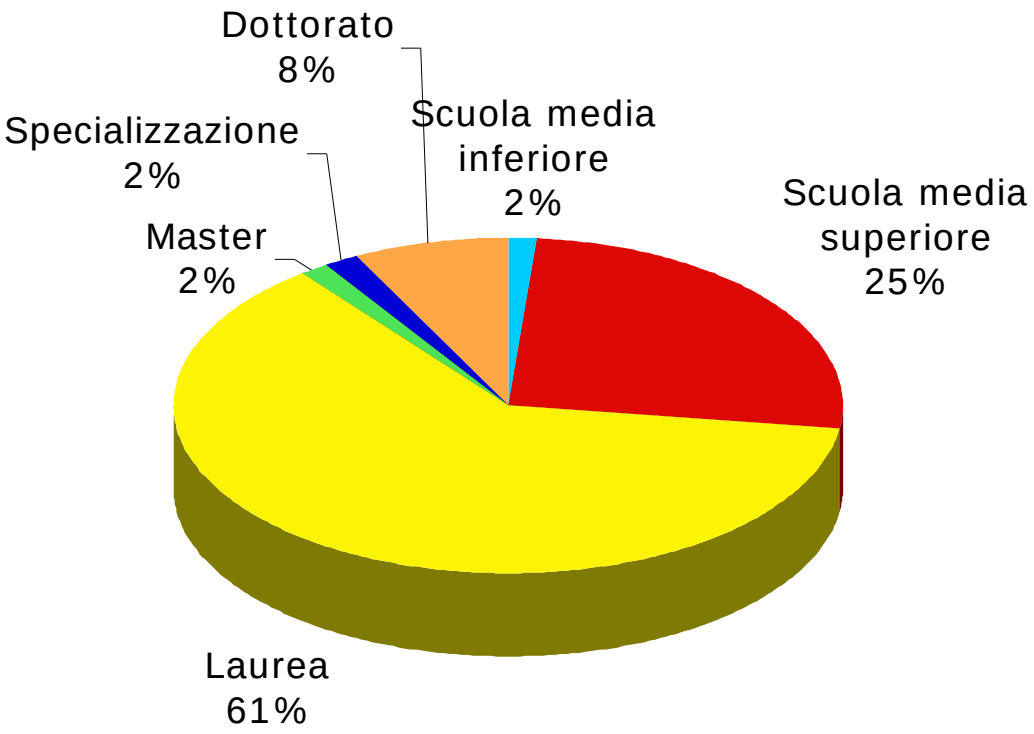
Professione



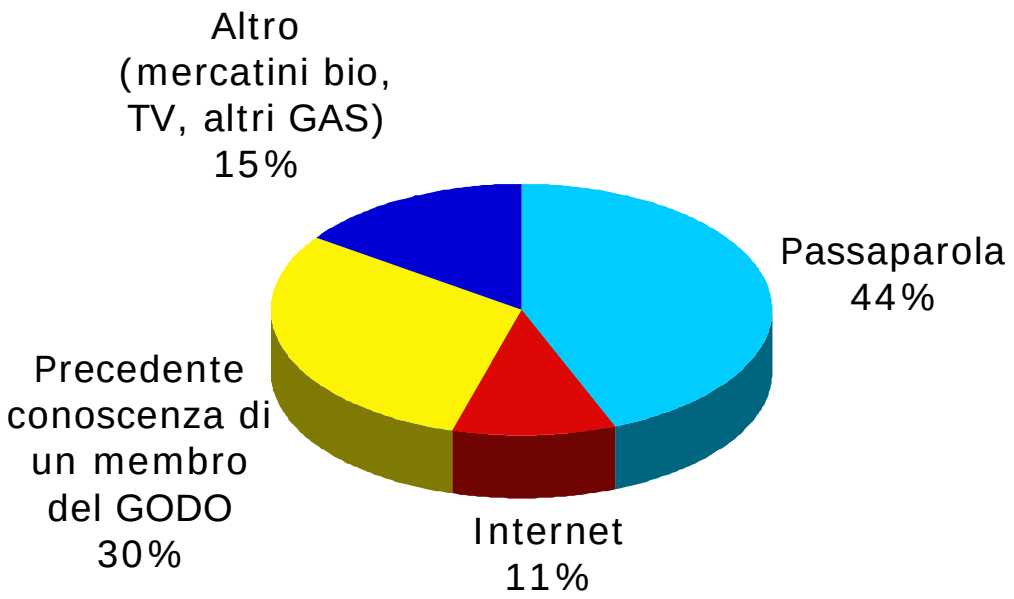
Settore occupazionale



Titolo di studio



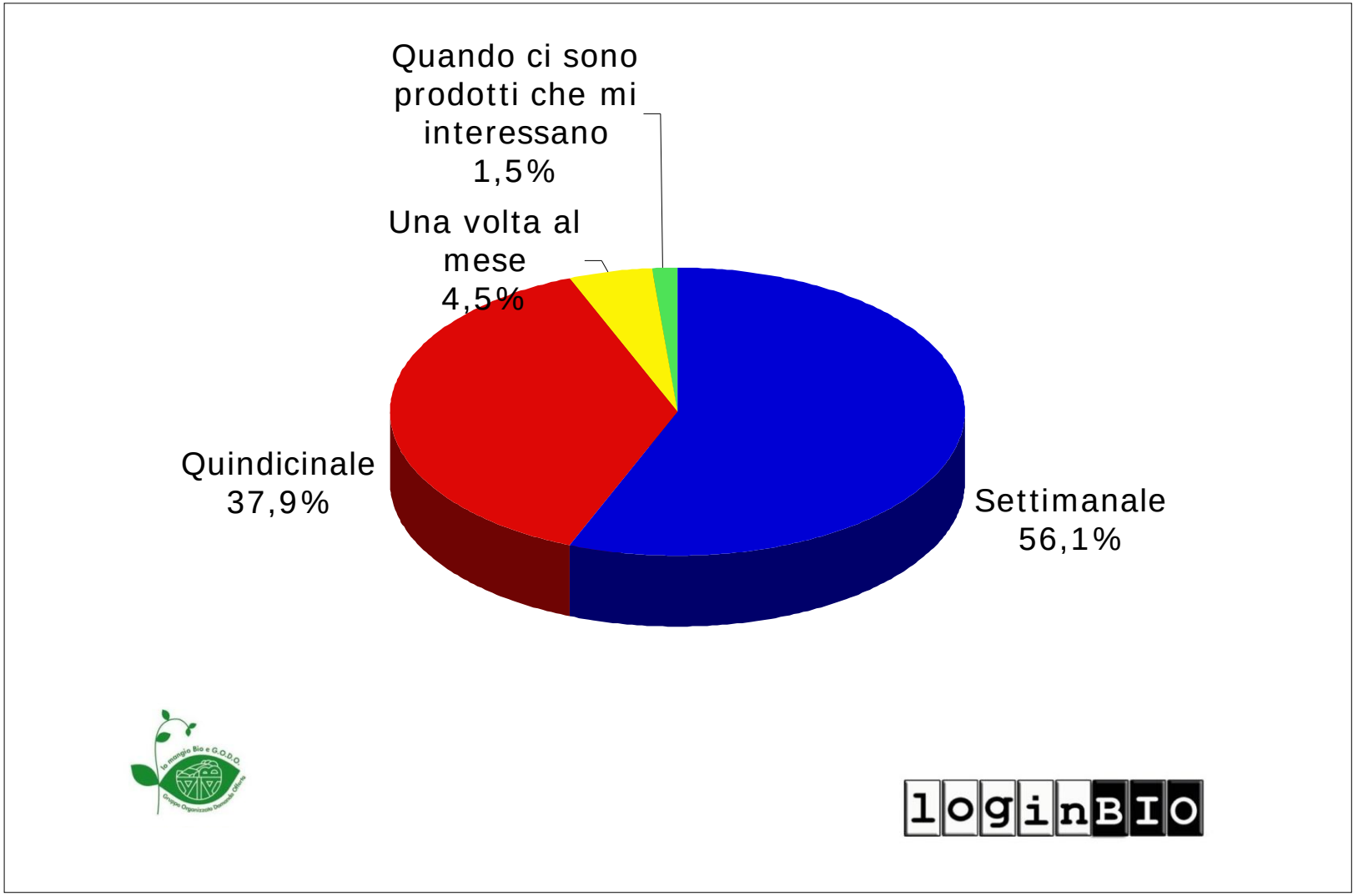
Conoscenza del GODO



Motivazioni	Poco importante (%)	Abbastanza importante (%)	Importante (%)	Molto importante (%)	**Valore MEDIO***
Acquisto di prodotti sani	0,0	0,0	10,6	87,9	**3,9**
Salvaguardia dell'ambiente	0	4,5	19,7	74,2	**3,7**
Acquisto di prodotti locali	1,5	10,6	45,5	40,9	**3,3**
Sostegno degli agricoltori locali	1,5	22,7	45,5	27,3	**3,0**
Acquisto di prodotti a prezzi contenuti	3,0	30,3	34,8	28,8	**2,9**

*1=poco importante, …, 4=molto importante

Frequenza degli acquisti



Livello di soddisfazione	Molto soddisf. (%)	Soddisf. (%)	Appena soddisf. (%)	Insoddisf. (%)	Soddisf. VALOREMEDIO*
GODO	18,2	74,2	7,6	0,0	**3,1**
Comunicazione	36,4	54,5	7,6	0,0	**3,3**
Orario di consegna	34,8	47,0	16,7	1,5	**3,2**
Frequenza delle consegne	27,3	60,6	7,6	4,5	**3,1**
Modalità di consegna	22,7	63,6	10,6	3,0	**3,1**
Gamma offerta	19,7	60,6	16,7	3,0	**3,0**
Prezzi	15,2	62,1	18,2	4,5	**2,9**
Coinvolgimento	13,6	53,0	22,7	7,6	**2,8**
Corrispondenza tra prodotti ordinati/consegnati	12,1	51,5	33,3	3,0	**2,7**

* 1=insoddisfatto, …, 4=molto soddisfatto

Valutazione della qualità dei prodotti	Qualità	Prezzo
Frutta estiva	2,8	1,8
Cassettone	2,9	2,1
Ortaggi e patate, banane, frutta invernale	3,2	2,0
Pasta grano duro	3,2	2,1
Sott'olio, salse e creme	3,3	1,9
Succhi	3,3	1,6
Vino	3,4	1,9
Paste speciali	3,5	1,8
Formaggi, legumi	3,5	2,0
Cereali	3,5	1,9
Zucchero di canna	3,5	2,1
Uova	3,5	2,2
Olio extravergine	3,5	1,8
Pollo	3,5	1,9
Miele e confetture, pomodoro	3,6	2,0
Farine	3,6	1,9
Riso	3,7	2,0

Qualità

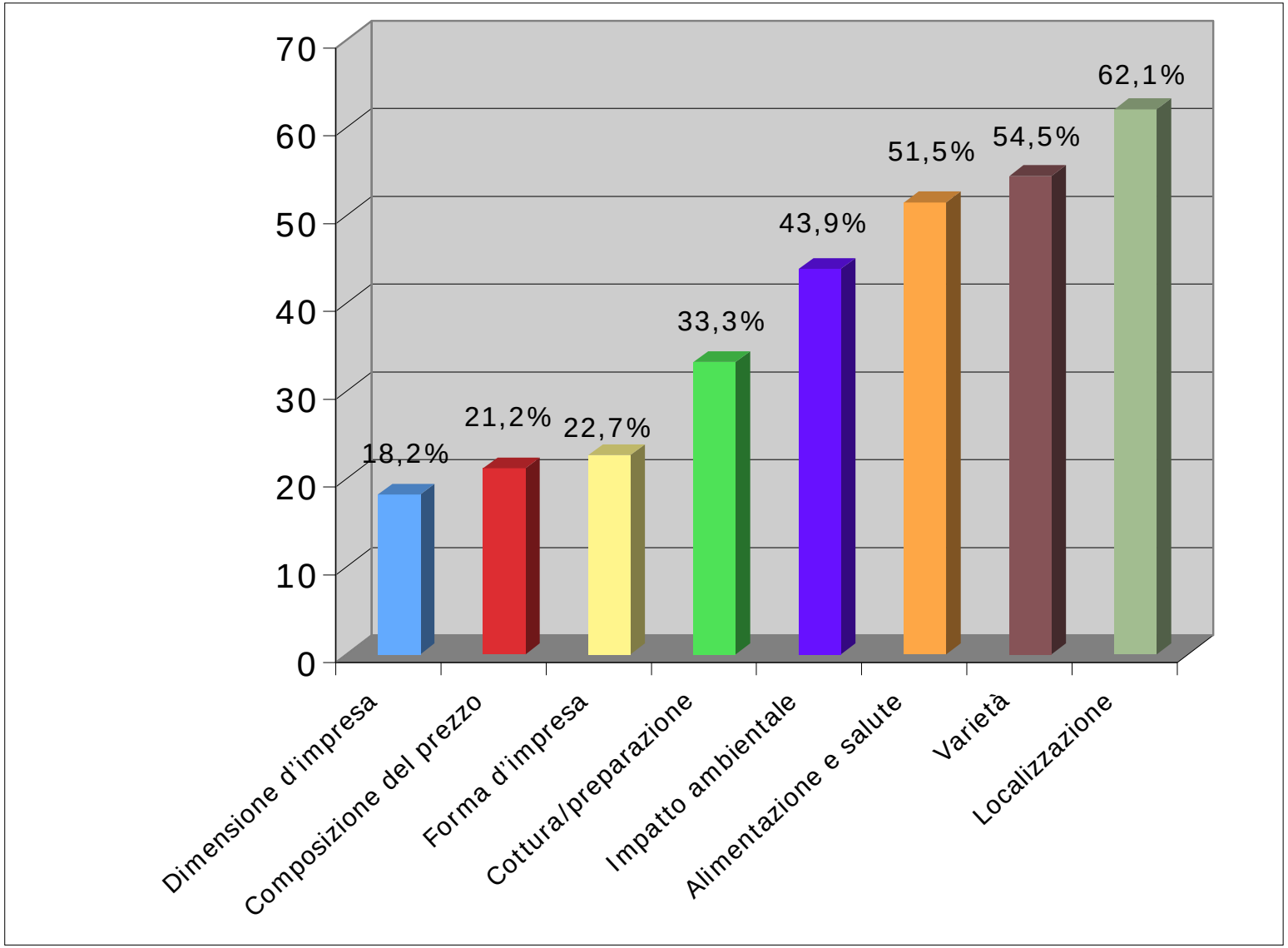
1 = scadente
2 = sufficiente
3 = buona
4 = ottima

Prezzo

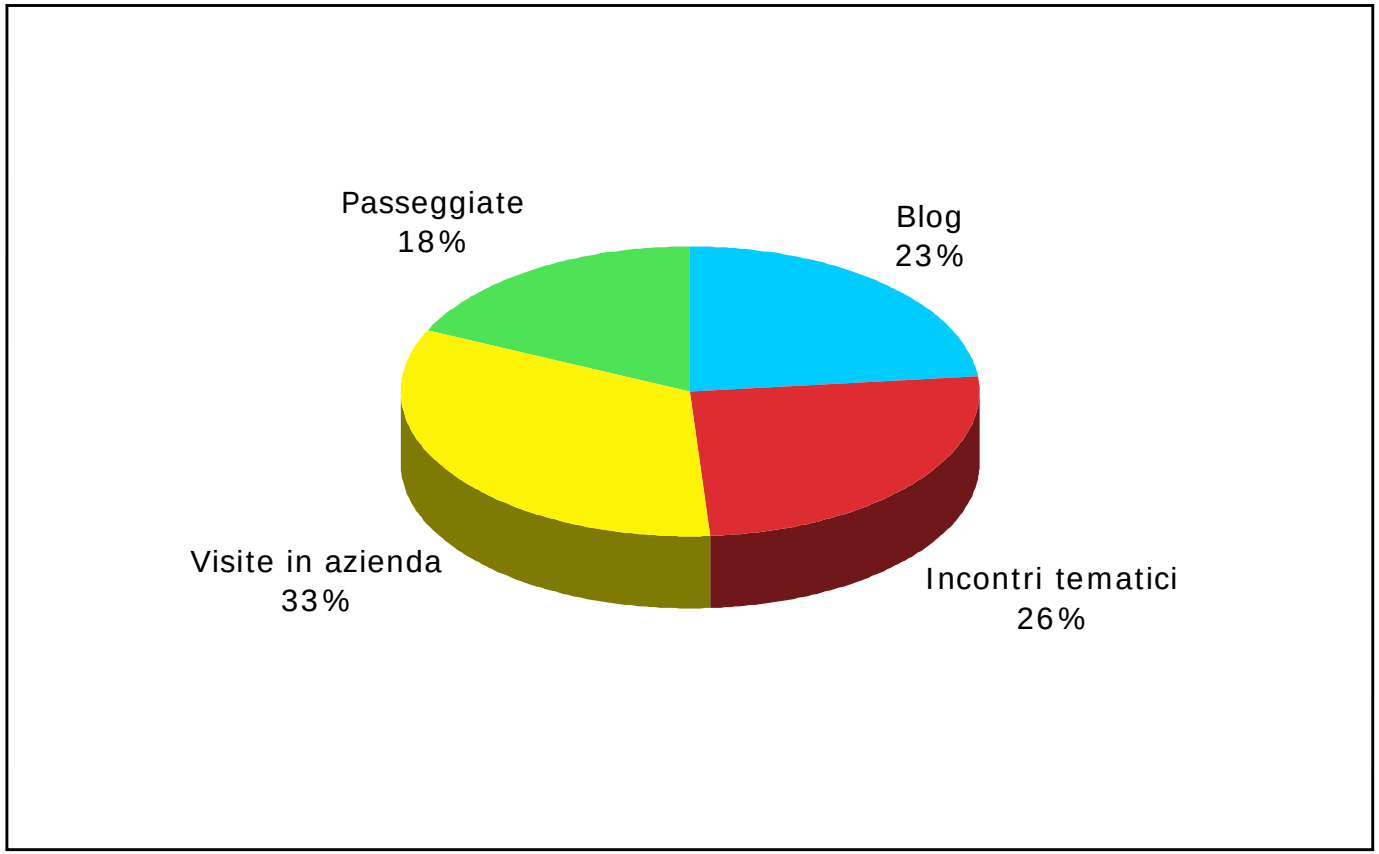
1 = alti
2 = nella media
3 = bassi

loginBIO

Le richieste di informazione



Le richiesti di attività

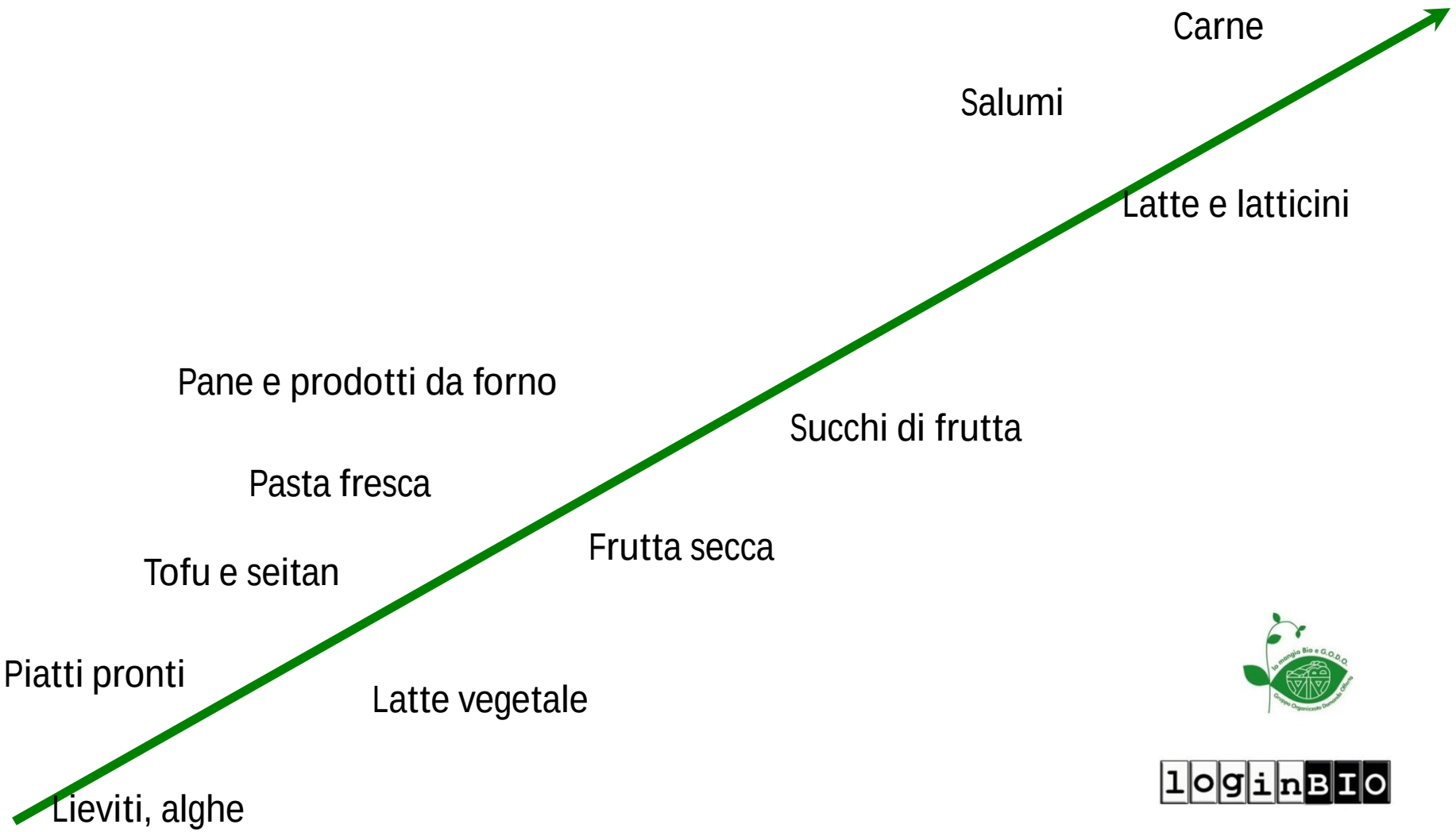


Richieste sui prodotti

- Aumento dell'assortimento per prodotti già in listino (ortaggi, frutta, formaggi)
- Nuovi prodotti (alimentari e non)
- Miglioramento di qualità e freschezza (frutta e ortaggi)
- Maggiore corrispondenza tra prodotti ordinati/ effettivamente disponibili
- Maggiori informazioni (etichette+schede informative su prodotti e controlli effettuati)
- Confezionamento più sostenibile (aumento dello sfuso, uso contenitori non in plastica) e con dosi più piccole
- Contenimento dei prezzi

loginBIO

Le richieste di Nuovi prodotti



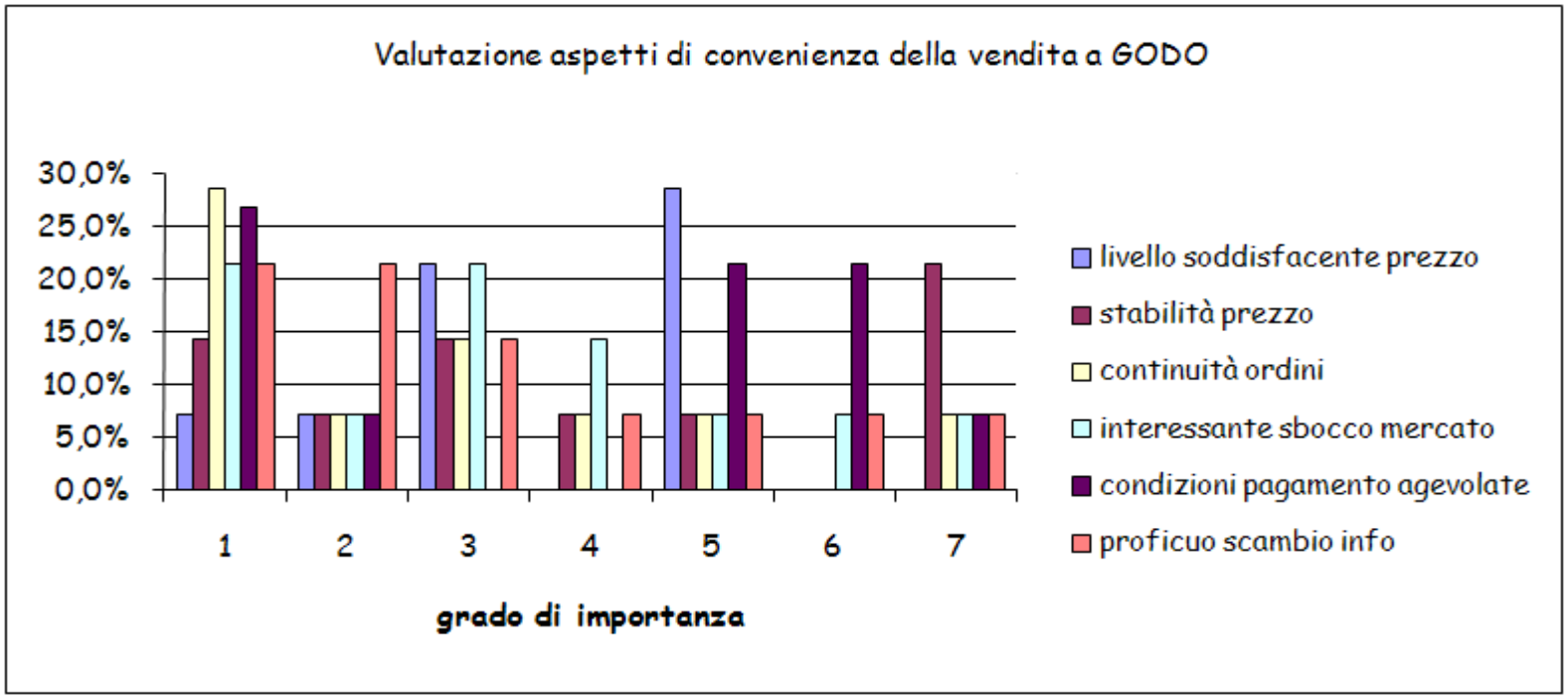
I suggerimenti...

- Formalizzazione di criteri per verificare il rispetto di alcune caratteristiche (87,8%)
- Consegna a domicilio (48,5%)
- Aumento dei controlli sui prodotti
- Miglioramento dei servizi (consegna della rivista, aumento delle convenzioni)
- Nuove modalità di pagamento (pagamento on line o con bancomat/carta di credito)
- Aumento degli orari di consegna

... e altri ancora

- Elaborazione di un progetto che garantisca al fornitore acquisti costanti (per abbassare i prezzi ed evitare sprechi)
- Maggiore impegno nel contribuire alla diffusione di buone pratiche ambientali (come il compostaggio)
- Potenziamento dell'associazione in termini numerici (per spuntare condizioni migliori con i fornitori) e di attività svolte (creazione di un circolo culturale e di un punto di ristorazione)

Elementi di soddisfazione dei produttori



Proficuo scambio di informazioni	21%
Interessante sbocco di mercato	21%
Condizioni di pagamento	21%
Stabilità del prezzo	19.9
Continuità degli ordini	17.9
Livello soddisfacente del prezzo	16.1

PROSSIMI OBBIETTIVI

- **SVILUPPARE NUOVI GODO IN CITTA' E IN REGIONE**
- **RISPONDERE ALLE RICHIESTE DEI SOCI**
- **SVILIPPARE L'ASSISTENZA TECNICA ALLA PRODUZIONE PER MIGLIORARE LA QUALITA' DELLE PRODUZIONI**
- **SPERIMENTARE LA CERTIFICAZIONE PARTECIPATA**
- **FAVORIRE LA PARTECIPAZIONE DEI SOCI ALLE SCELTE**