

Coldiretti, nel 2010 8,3 milioni di italiani nei farmers market (+28%)

In controtendenza rispetto all'andamento generale aumenta la spesa nei mercati degli agricoltori che nel 2010 fanno registrare un vero boom con una crescita del 28 per cento delle strutture attive, dove durante l'anno hanno fatto acquisti ben 8,3 milioni di italiani.

E' quanto emerge dal primo dossier sul fenomeno dei "Farmers Market in Italia" presentato alla prima assemblea nazionale degli Agrimercati di Campagna Amica della Coldiretti, con la partecipazione tra gli altri di Roberto Weber (Presidente Swg), Giuseppe De Rita (Presidente Censis), Rosario Trefiletti (Presidente Federconsumatori), Paolo Massobrio (enogastronomo) Paolo Scarpa Bonazza (Presidente Commissione Agricoltura del Senato) e Sergio Marini (Presidente della Coldiretti).

Nel corso del 2010 sono saliti a 705 i mercati degli agricoltori di Campagna Amica aperti, per un totale di 25.115 giornate (+148 per cento), in tutte le Regioni. Vi hanno venduto di persona i propri prodotti ben 16mila imprenditori agricoli, realizzando complessivamente un fatturato stimato in 320 milioni di euro. Oltre la metà dei mercati (60 per cento) si trova nel Nord Italia, che precede Sud e Isole (22 per cento) e Centro (18 per cento). La regione con il maggior numero di farmers market attivi promossi dalla Coldiretti è il Piemonte, con 105, seguito da Lombardia, Veneto, Emilia Romagna, Puglia e Toscana. Va però alla Lombardia il primato della regione col maggior numero di produttori (2.250), davanti ad emiliani e piemontesi.

"Si tratta di un primato straordinario conquistato in appena due anni dell'inizio di queste esperienze in Italia dove è ora attiva la più estesa rete di vendita diretta dei produttori agricoli presente in tutta Europa", ha affermato il presidente della Coldiretti Sergio Marini nel sottolineare che "dai mercati viene una risposta ad un nuovo stile di vita e ad un modello di consumo più sostenibile che si sta affermando tra un numero crescente di cittadini". Guardare in faccia il produttore, farsi raccontare direttamente la storia del prodotto che si acquista, tagliare le intermediazioni e le manipolazioni sul cibo che si porta in tavola, salvaguardare le tradizioni culturali e colturali, sostenere economicamente il proprio territorio e la possibilità di fare un acquisto al giusto prezzo sono - ha precisato Marini - alcune delle motivazioni che spingono questo successo. Oltre che un'opportunità di mercato per tante nostre imprese, si tratta di una formidabile occasione per aggiungere concorrenza ad un sistema ingessato da anni, ma anche di una esperienza che ha uno straordinario effetto moltiplicatore sulle altre forme distributive, che per rispondere alle esigenze di un consumatore più informato dovranno garantire un adeguato spazio sui propri scaffali al vero prodotto Made in Italy".

Nei mercati degli agricoltori di Campagna Amica si trovano prodotti locali del territorio che non devono affrontare lunghi trasporti con mezzi inquinanti, messi in vendita direttamente dall'agricoltore nel rispetto di precise regole comportamentali e di un codice etico ambientale, sotto la verifica di un sistema di controllo di un ente terzo. La mappa regionale dei mercati degli

orari di apertura, la gamma di prodotti offerti e il percorso stradale on line più conveniente per raggiungerli.

Nei mercati vengono contenuti gli sprechi di imballaggi con l'offerta, ad esempio, di latte sfuso, sono banditi gli ogm e sono messi a disposizione spesso servizi di vendita a domicilio e offerte speciali per i gruppi di acquisto solidale (Gas) formati da condomini, colleghi, parenti o gruppi di amici che decidono di fare la spesa insieme per ottenere condizioni vantaggiose ma soprattutto per garantirsi la qualità di quanto portano in tavola. Un fenomeno che coinvolge anche molti chef che nei loro ristoranti vogliono offrire menu freschi e genuini a chilometri zero.

Il 62 per cento dei visitatori dei mercati degli agricoltori sono donne, il 48 per cento ha una età compresa tra i 35 ed i 54 anni e ben il 68 per cento ha una scolarità medio alta, mentre la scelta è fortemente condizionata dalla ricerca di cibi sani, di informazioni sui prodotti e dal bisogno di essere rassicurati su quello che si mette nel piatto, secondo l'indagine Coldiretti/Swg. La voglia di conoscenza è confermata dal tempo di permanenza che è in media di 32 minuti, molto elevato se si tiene conto dell'ampiezza della struttura. Tra le richieste avanzate dai consumatori che frequentano i mercati ci sono la possibilità di avere una gamma più vasta di prodotti, una maggiore frequenza nelle aperture, l'organizzazione di gruppi di acquisto con i produttori dei mercati e la possibilità di visitare l'azienda o di "adottare" una produzione.

I prodotti più acquistati nei mercati degli agricoltori di Campagna Amica sono nell'ordine la verdura, la frutta, i formaggi, i salumi, il vino, il latte, il pane, le conserve di frutta, la frutta secca, i biscotti ed i legumi, con una spesa media di circa 26 euro per visita. Estremamente elevato il grado di soddisfazione che è alto per il 75 per cento degli acquirenti, medio per il 20 per cento mentre solo per il 2 per cento è basso ed un 3 per cento non risponde. Il giudizio positivo è confermato dal fatto che ben il 91 per cento dei clienti è propenso a consigliare questa forma di acquisto ad altri, con il passaparola che è stato fino ad ora l'unica forma di "pubblicità" adottata per far conoscere i mercati.

Un riscontro positivo di questo canale commerciale alternativo si ha anche dal lato dei 16mila produttori che hanno partecipato ai mercati nel corso del 2010, innovando notevolmente la propria attività nell'azienda agricola. La metà degli agricoltori che partecipano ai mercati ha una età compresa tra i 25 ed i 44 anni, che è ben al di sotto dell'età media dell'imprenditorialità agricola italiana che si è alzata in modo preoccupante.

L'elemento più rilevante dell'esperienza è il contatto diretto con i clienti con l'87 per cento degli imprenditori che è molto soddisfatto anche perché la nuova attività ha un effetto positivo sull'occupazione, con il potenziamento della propria forza lavorativa nel 39 per cento dei casi, e sul fatturato, che in media fa registrare un aumento del 20 per cento particolarmente rilevante in un momento di crisi.

L'IDENTIKIT DEGLI ITALIANI CHE FANNO LA SPESA NEI FARMERS MARKET

- 62 per cento donne
- il 48 per cento ha una età compresa tra i 35 ed i 54 anni
- Il 68 per cento ha una scolarità medio alta
- Il tempo di permanenza è in media di 32 minuti
- La spesa media per acquirente è di 26 euro
- Il 91 degli acquirenti lo consiglierebbe ad altri

Fonte: Elaborazioni Coldiretti su Indagine Campagna Amica/Swg 2011

MERCATI DI CAMPAGNA AMICA: CONSUNTIVO 2010

	2008	2009	2010	Differenza 2010/2009%
Mercati totali	109	935	1.252	+34

Mercati coperti fissi	-	17	47	+176
Mercati fissi	-	550	705	+28
Produttori coinvolti	-	11.663	16.000	+37
Giornate di mercato annue	-	10.147	25.115	+148

Fonte: Elaborazioni Coldiretti su Indagine Campagna Amica/Swg 2011

I PRODOTTI PIU' ACQUISTATI NEI MERCATI DI CAMPAGNA AMICA

Verdura	72
Frutta	51
Formaggi	49
Salumi/insaccati	24
Vino	16
Latte	11
Pane	11
Conserve di frutta	11
Frutta secca	7
Biscotti	6
Legumi	6

Fonte: Elaborazioni Coldiretti su Indagine Campagna Amica/Swg 2011

I NUMERI DEI MERCATI DI CAMPAGNA AMICA PER REGIONE NEL 2010

REGIONE	Prodotti Campagna Amica	TOTALE MERCATI ATTIVI
Piemonte	1.940	105
Valle d'Aosta	71	2
Trentino-Alto Adige	108	5
Lombardia	2.250	88
Veneto	1.076	87
Friuli-Venezia Giulia	393	22
Liguria	688	36
Emilia-Romagna	2.201	80
NORD	8.727	425
Toscana	901	52
Abruzzo	161	13
Umbria	101	9
Lazio	1.427	33
Marche	249	16
Molise	113	4
CENTRO	2.952	127
Basilicata	45	2
Campania	1.715	50
Sardegna	344	13
Puglia	868	52
Calabria	258	7
Sicilia	1.091	29
SUD E ISOLE	4.321	153
TOTALE ITALIA	16.000	705