IL PUNTO COLDIRETTI
GIORNALE DI INFORMAZIONE PER LE IMPRESE DEL SISTEMA AGROALIMENTARE
[www.ilpuntocoldiretti.it]

Farmers' market: un rapporto "win-win" tra produttore, consumatore e ambiente

Inipa-Coldiretti Education ha realizzato insieme alla Fondazione Campagna Amica un ciclo di due webinar sui trend attuali dei mercati degli agricoltori per offrire strumenti interpretativi e spunti per il marketing e la comunicazione sull'esperienza commerciale dei Farmers' Market, attività cruciale di Coldiretti e Fondazione Campagna Amica, che ha ricadute rilevanti non solo sulle imprese ma anche sulla società nel suo insieme e che ha base su principi e prassi oggi ampiamente condivisi e promossi anche dalle policy europee della strategia "farm to fork" all'interno del "green deal" e dal piano "next generation EU". Il grande successo dei Farmers' Market conferma gli sforzi della Coldiretti e della Fondazione Campagna Amica nel promuovere la sicurezza alimentare dei cittadini e un rapporto col cibo basato su una relazione diretta e virtuosa con i produttori. Se infatti i mercati contadini erano inizialmente considerati un canale di nicchia e analogo ai classici mercati rionali, oggi si sono affermati come un modello innovativo, sempre più globale ("food hub"), che solo in Italia ha raggiunto oltre 16 milioni di consumatori, un livello di fidelizzazione del 72% e di soddisfazione pari al 81% (dati istituto Ixè 2020). Gli italiani che scelgono di recarsi nei mercati contadini sono spinti all'acquisto, come oramai è noto, dalla provenienza locale dei prodotti, dalla freschezza e stagionalità e dalla sicurezza in termini di salubrità e di qualità; secondo l'indagine dell'Istituto Ixè, quasi la totalità dei consumatori intervistati (9 su 10) afferma che comprare prodotti certificati DOP/IGP (28%) o direttamente dai produttori agricoli italiani (62%) è la principale fonte di garanzia per la propria sicurezza alimentare. Ma c'è un altro driver di scelta che i produttori devono sempre monitorare e verificare, ovvero il rapporto qualità/prezzo. Complice il periodo di contrazione dell'economia nazionale come conseguenza dell'emergenza sanitaria, 1 acquirente dei Farmers' Market di Campagna Amica su 4 afferma che avrebbe qualche difficoltà se i prezzi aumentassero. Un aumento improprio dei prezzi dei prodotti potrebbe tradursi quindi in una riduzione della clientela e della fidelizzazione. L'indagine Ixè segnala che per 6 aziende su 10 partecipare ai mercati contadini non rappresenta soltanto una quota di fatturato e marginalità, ma ha diverse ricadute. Due terzi dei produttori (63%) ritiene che la relazione diretta con il consumatore sia stata fondamentale per orientare al meglio i propri sforzi produttivi, soprattutto permettendo una migliore promozione dei prodotti meno conosciuti rispetto all'offerta standardizzata delle normali filiere lunghe di distribuzione alimentare e ha consentito di capire cosa piace di più ai consumatori. Il canale dei Farmers' Market rappresenta anche una maggior sicurezza di vendere la propria produzione; una parte delle imprese dichiara di aver ridotto la quota dei propri scarti di produzione (food loss), aspetto importante che ha il suo riflesso nella riduzione degli sprechi alimentari (food waste) e quindi in una minor impronta ecologica dell'intera filiera.