

Inaugurato "Cibi d'Italia", 21 milioni di italiani fanno la spesa nei mercati degli agricoltori

Ventuno milioni di italiani hanno fatto la spesa nei mercati degli agricoltori nell'ultimo anno per garantirsi prodotti sani del territorio con il miglior rapporto qualità prezzo, in controtendenza rispetto all'andamento generale del commercio. E' quanto è emerso dalla prima analisi su "L'arrivo in Italia dei mercati degli agricoltori rivoluziona la spesa", realizzata da Coldiretti con il supporto di Censis ed Swg, in occasione dell'inaugurazione del Festival nazionale di Campagna Amica "Cibi d'Italia" al Circo Massimo a Roma, alla quale ha partecipato il presidente della Coldiretti Sergio Marini.

Un successo che per effetto del taglio delle intermediazioni commerciali ha avuto comunque un effetto calmieratore sull'andamento dell'inflazione rilevato dall'Istat a settembre. Sostanzialmente quasi un italiano adulto su due frequenta i cosiddetti farmers market, ma ben sette milioni sono quelli che lo fanno regolarmente, mentre gli altri quattordici milioni vi fanno i propri acquisti ogni tanto. Un trend testimoniato, secondo le analisi Coldiretti/Censis dal fatto che un'altissima percentuale di italiani (95 per cento) vorrebbe una maggiore diffusione delle forme di vendita diretta degli agricoltori, convinzione condivisa in modo trasversale al corpo sociale e nei vari territori.

"I nostri mercati degli agricoltori stanno creando nuove economie e nuova occupazione rappresentando nel contempo un formidabile strumento di coesione sociale, animazione sociale ed educazione alimentare, perché ricreano un legame profondo tra consumatore e produttore, tra il luogo di consumo e il luogo di produzione, tra città e campagna", ha affermato il presidente della Coldiretti Sergio Marini nel sottolineare che "partendo dalla distintività, la filiera agricola italiana fa sì che questa diventi non solo la grande leva competitiva per le imprese ma anche la grande occasione di star meglio per la gente".

Le aziende agricole che producono e vendono direttamente sono non solo unità produttive propriamente dette, ma diventano presidi sociali, pilastri delle comunità in cui la loro attività contribuisce a promuovere coesione sociale. Non a caso il 90 per cento degli italiani vorrebbero che il cibo che portano in tavola fosse prodotto sul proprio territorio. Di questi, il 39 per cento ritiene che ciò serva a creare lavoro e ricchezza localmente, il 31 per cento pensa che in questo modo il cibo è più genuino, mentre il restante 30 per cento è convinto che in questo modo ci sono minori spostamenti delle merci e, di conseguenza, minore inquinamento. La filiera corta nella percezione collettiva non è dunque un modo di produrre e consumare, ma un processo più complesso che incide sui livelli occupazionali, e sulla creazione di ricchezza, una specie di processo virtuoso che può cambiare la traiettoria socioeconomica delle comunità coinvolte.

I prodotti più acquistati nei mercati degli agricoltori di Campagna Amica sono nell'ordine secondo una indagine Coldiretti/Swg la verdura, la frutta, i formaggi, i salumi, il vino, il latte, il pane, le

non alimentari come ad esempio gli agricosmetici. A fare la spesa direttamente dal produttore nei mercati degli agricoltori sono per il 68 per cento donne con una presenza maschile molto più elevata rispetto alla media, il livello di istruzione è medio alto per il 68 per cento degli acquirenti. L'età è inferiore ai 54 anni nel 64 per cento dei casi mentre lo status sociale ed economico è medio alto nell'82 per cento dei casi, secondo l'indagine Coldiretti/Swg. Un risultato che evidenzia come il risparmio sia solo una delle ragioni che spinge all'acquisto e che 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.

I mercati degli agricoltori promuovono, infatti, la conoscenza della stagionalità dei prodotti, ma anche la filosofia del km zero, con i cibi in vendita che non devono percorrere lunghe distanze, riducendo le emissioni in atmosfera. Oltre a ciò, svolgono una importante azione di recupero di varietà a rischio di estinzione. Si stima che almeno 100 varietà vegetali definite minori, tra frutta, verdura, legumi, erbe selvatiche e prodotti ottenuti da almeno 30 diverse razze di bovini, maiali, pecore e capre allevati su scala ridotta trovino sbocco nell'attuale rete di mercati e delle Botteghe degli agricoltori di Campagna Amica.

Nei mercati degli agricoltori di Campagna Amica si trovano prodotti locali del territorio, 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. 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 come ad esempio la vendita delle mele del Trentino ad un solo euro nell'ambito del Festival nazionale di Campagna Amica "Cibi d'Italia" al Circo Massimo a Roma.

In Italia sono 1.105 mercati degli agricoltori, inseriti in una rete di vendita diretta sul territorio della quale fanno parte 4.739 aziende agricole, 877 agriturismi, 178 botteghe per un totale di 6.899 punti vendita di campagna Amica ai quali si aggiungono 131 ristoranti e 109 orti urbani (<http://www.campagnamica.it/>).