

Un cuneese su due fa la spesa dal produttore

Il made in Italy, con le sue eccellenze del territorio, è sempre più presente nelle abitudini di spesa degli abitanti di Cuneo, al punto che uno su due ama acquistare generi agroalimentari direttamente dal produttore locale: frutta, verdura, vino e formaggi, scelti perché garanzia di qualità, cura dei prodotti e, molte volte, in virtù di un rapporto di fiducia con il produttore stesso.

Lo evidenzia l'Osservatorio Reale Mutua dedicato all'agricoltura e alle nuove abitudini di acquisto. Un dato molto significativo, soprattutto perché l'affezione al made in Italy è una certezza cui può guardare l'intero mondo dell'agroalimentare del Paese, che, dopo le difficoltà degli ultimi mesi, si trova ora di fronte alla fase della ripartenza.

Non si tratta più, solo, di una spesa "alla vecchia maniera": addirittura quasi due cuneesi su tre (62%) si dicono propensi a utilizzare in misura crescente app e siti per l'acquisto online e la consegna a domicilio di questi prodotti. Un trend che probabilmente la pandemia ha contribuito ad accelerare e che potrà facilitare ancor di più l'accesso alle eccellenze del territorio.

Dal campo alla tavola, made in Italy e produzione locale vanno di pari passo con l'attenzione alla sostenibilità. Una parola che per un cuneese su tre (37%) evoca una filiera agricola a basso impatto ambientale, anche grazie al-



Il 49% dei cuneesi acquista generi agroalimentari direttamente dal contadino

l'uso della tecnologia, mentre un ulteriore 33% la associa al concetto di agricoltura a chilometro zero. Ma sostenibilità vuole anche dire stagionalità (16%), filiera equosolidale (6%) ed etichettatura biologica (5%).

Non è un caso allora che i cuneesi preferiscano i prodotti stagionali, perché più salutari (51%) e capaci di sostenere l'economia agricola dei territori (37%). E c'è anche chi li sceglie perché più buoni, dice, di quelli fuori periodo (8%).

Semaforo verde infine, tra le abitudini d'acquisto, anche per i prodotti dell'agricoltura biologica, altra area importante del made in Italy, che vengono apprezzati soprattutto perché rispettano criteri di sostenibilità (40%) e fanno bene alla salute (17%).

«La nostra ricerca evidenzia come il made in Italy e le produzioni

agroalimentari del territorio siano sempre più apprezzati nei comportamenti di acquisto e divengano spesso oggetto di una specifica ricerca – commenta Michele Quaglia, direttore commerciale e brand di gruppo –. Noi siamo da sempre vicini al mondo dell'agricoltura e, oltre alle evidenze del nostro Osservatorio, da poco abbiamo lanciato un'iniziativa specifica, *AGRIcultura 100*, insieme al nostro partner storico *Confagricoltura*. Il progetto vuole promuovere il ruolo dell'agricoltura nella crescita sostenibile e nel percorso di rilancio del Paese, premiando le imprese che hanno adottato soluzioni o promosso iniziative per migliorare la sostenibilità ambientale, sociale ed economica loro e della comunità in cui operano».

Pagina a cura di
Paolo Biancardi