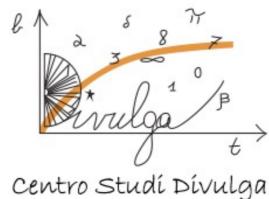
PRIMO RAPPORTO MONDIALE SUI FARMERS MARKETS





I FARMERS MARKETS



Nel Mondo

el variegato mondo agroalimentare, il fenomeno dei Farmers Markets non rappresenta più una novità. I ritmi di crescita dei mercati contadini sono davvero importanti. Secondo i dati del dipartimento di agricoltura degli Stati Uniti, negli ultimi 20 anni il numero dei Farmers Markets negli USA è passato dai 1.755 nel 1994 agli attuali 8.755, con un incremento di quasi il 400%. Il fatturato ha superato i 12 miliardi di dollari. In Italia operano 12.000 agricoltori organizzati nei circa 1.200 mercati di Campagna Amica, con un valore economica che si aggira sui 6 miliardi di €.

Nel 2020, anno della pandemia, 20 milioni di consumatori hanno acquistato beni alimentari presso i Farmers Markets. In una fase in cui l'Europa registra una perdita di biodiversità che non si riesce ad arrestare (come sottolineato dal Forum economico mondiale), il contributo dei mercati contadini è fondamentale e l'Italia è il paese con il patrimonio di biodiversità più elevato d'Europa.

L'affermazione dei Mercati degli agricoltori anche nelle grandi città e nelle metropoli ha consentito, inoltre, di ridurre la distanza tra produttore e consumatore rafforzando il legame tra aree rurali e aree urbane. Un'unione imperniata su un importante patrimonio di biodiversità che dalle campagne si trasferisce in città.

Nel mondo la presenza dei sistemi organizzati di vendita diretta è riscontrabile in meno del 20% dei Paesi. Per questo è necessaria un'azione globale che incentivi e favorisca la loro nascita. A maggior ragione se proiettiamo sulle aziende agricole del mondo i dati di crescita di quelle che già godono dei benefici di questo tipo di attività: dall'analisi si evince che le aziende agricole che svolgono attività di farmers market hanno visto più che duplicare, ed in alcuni casi triplicare, il fatturato aziendale.

Il successo di Stati Uniti e Italia non è un caso isolato, ma si accompagna ad una rapida diffusione in tutto il pianeta, basti pensare ai ritmi di crescita registrati in alcuni paesi europei, come quelli scandinavi (in Norvegia, i tassi di sviluppo sono pari al 20% annuo dal 2003 ad oggi), all'evoluzione nell'estremo oriente, come in Giappone, dove lo sviluppo delle filiere corte ha consentito agli agricoltori di registrare margini di redditività più elevati rispetto alle filiere convenzionali. E poi la Danimarca, il Regno Unito, dove i mercati contadini hanno posto in discussione i foodscapes tradizionali, rilanciando l'alternativa.



Ma la realtà delle filiere corte inizia a prendere forma anche nei paesi in via di sviluppo, come testimoniano diversi progetti che puntano proprio sulla logica di riconnessione tra

produttori e consumatori. In Ghana, partner del progetto di lancio della Colazione mondiale dei Farmers Markets, sempre più agricoltori privilegiano strategie di commercializzazione legate ai circuiti "non moderni".

I tempi del Covid

Anche nei difficilissimi tempi del Covid i mercati contadini hanno offerto un contributo fondamentale, garantendo alla popolazione cibo sicuro e approvvigionamenti costanti negli Stati Uniti come in Italia, dove il numero dei mercati contadini è cresciuto anche in era Covid, facendo registrare un incremento delle vendite pari al 20%.

Quindi proprio nel momento in cui la globalizzazione diviene fenomeno "incontestabile" e irreversibile, la rilocalizzazione dei circuiti di produzione e consumo prende forma, proponendo una formula alternativa fondata sulla prossimità territoriale. Non è solo prossimità geografica, ma anche organizzata scrivono gli autori nel rapporto, frutto di una strategia volta a "cambiare la società". Ecco perché lo stesso significato di "efficienza" nel rapporto viene declinato attraverso diverse accezioni: da quella "classica", legata alla equa distribuzione del valore lungo la filiera e alla corresponsione di un giusto prezzo per gli agricoltori, a quella informativa, con l'obiettivo di rendere trasparente per il consumatore il prodotto acquistato, a quella ambientale, grazie alla tutela della biodiversità, delle specificità locali, alla custodia dei territori.

Le parole chiave del successo

Quali sono le parole chiave di questo successo? Il rapporto identifica quattro tipologie di risorse strategiche, che possono spiegare questo successo:

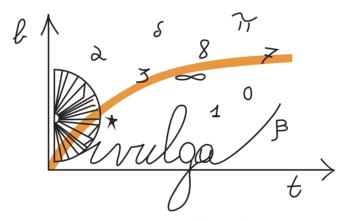
- * Risorse materiali (micrologistica, risorse agronomiche locali);
- * Risorse individuali umane (acquisite nel processo di co-produzione della qualità cui partecipano sia i produttori che i consumatori);
- Risorse organizzative e collettive, legate alla capacità di agire in modo collettivo, sviluppando beni relazionali e capitale sociale soprattutto nei rapporti con i consumatori;
- * Risorse patrimoniali, che danno sostanza ad un processo di costruzione di reputazione collettiva, attraverso la condivisione di codici di comportamento produttivo che preservano l'identità e l'autenticità dei mercati contadini.

Uno sguardo al futuro: La 'Coalizione Mondiale'

Nonostante il successo, i mercati contadini assorbono una quota ancora residuale dei consumi alimentari nel mondo. Il lancio della Coalizione Mondiale può invertire questo trend e ampliare il raggio d'azione di formule dirette di produzione-consumo.

Siamo solo all'inizio si auspica, di un lungo cammino che nei prossimi mesi vedrà nascere, crescere e svilupparsi una Coalizione Mondiale dei Farmers Markets. Molti Paesi, molti agricoltori e loro associazioni si stanno unendo già a questa costituenda Coalizione.

Se il buongiorno si vede dal mattino, sarà una buona giornata per i mercati contadini.



Centro Studí Dívulga

www.divulgastudi.it