



Farmers market

Comprare direttamente dal produttore: catena breve, marketing efficace

di Ilaria Paparella - Fonte: MarketingArena.it

Da un pò, grazie ad un decreto del Ministero delle Politiche Agricole, ogni Comune ha la possibilità di aprire un mercato interamente gestito dagli agricoltori, seguendo il trend che si sta osservando in Italia. Coldiretti fa notare infatti, che lo scorso anno 7 italiani su 10 hanno fatto acquisti direttamente da un agricoltore almeno una volta, un fenomeno ben noto e in crescita in altri Paesi europei quali Francia e Germania, ma anche negli USA, che hanno visto un aumento dei "farmers market" del 53% negli ultimi 10 anni.

La svolta americana verso una alimentazione più equilibrata si registra nell'apertura di ben 4.385 farmers market dei quali 496 nella sola California, dove cresce l'opposizione alla concessione di licenze per l'apertura di nuovi fast food.

Penso si possa definire questo trend come una conquista per il mondo agricolo e per i cittadini, che potranno risparmiare e conoscere da vicino un'agricoltura onesta nei prezzi ed eccellente nella qualità, insostituibile per i benefici che può dare all'ambiente e alla conservazione di cultura e tradizioni locali.

Qualche dato che riguarda il nostro bel Paese: la vendita diretta in campagna è un fenomeno che coinvolge 48.650 aziende agricole, con 21 mila cantine aperte dove è possibile acquistare vino, che - con il 41 % delle aziende totali - è il prodotto maggiormente commercializzato direttamente, seguito dall'ortofrutta acquistata spesso lungo le strade durante gli spostamenti dell'esodo estivo con il 23,5%, dall'olio di oliva con il 16%, dalla carne e dai salumi (8%), dai formaggi comprati in malghe e caseifici (5%), mentre più ridotto è il numero di imprese che offrono miele (1%).

Questi dati riassumono uno scenario in forte sviluppo, dove è facile pensare ci sia posto per un altrettanto florido sviluppo di un tipo di marketing e di comunicazione diversi, più globali, un marketing e una comunicazione che non abbiano il loro fulcro nel prodotto, come ci avevano abituato le grandi catene di supermercati, ma che diventano olistici, concependo il prodotto come parte di un territorio, il quale a sua volta è parte di una cultura che sa coinvolgere e ammalciare.

Se si pensa che oltre a combattere l'obesità e a salvaguardare la salute, i farmers market sono utili anche per i benefici di carattere ambientale, in quanto prevedono l'offerta di prodotti che non generano gas ad effetto serra inquinante con i lunghi trasporti, ci convinciamo ancor più di quanto possa essere utile, di questi tempi, sostenere questi mercati anche attraverso una comunicazione più consapevole.

Penso si possa intravedere infatti una riscoperta da parte di questo settore del marketing, che fino ad adesso sembrava snobbarlo un po', forse anche con cognizione di causa, visto che gli attori il più delle volte sono consociati.

PS (n.d.r): avranno anche qualche limite, come ricordato nel mio precedente articolo su di loro, pubblicato sul mio sito nella sezione http://www.lucapoma.info/public_4chiacch.html, ma in quanto a vision strategica, vi rendete conto quanto è avanti Eataly? Di fatto, con la sua filosofia "dal produttore al consumatore" e con un solo passaggio dal campo agricolo al POS alla cassa, è il più grande farmer market d'Italia!