



Patate: al quinto posto tra gli alimenti più diffusi sulle tavole italiane

In occasione della Giornata Mondiale dell'Alimentazione, scopriamo quali sono le abitudini di consumo più diffuse nel Paese

L'80% degli italiani consuma patate almeno una volta a settimana: lo conferma un'indagine svolta su un campione di 1.000 consumatori residenti in Italia e promossa da UNAPA, l'Unione Nazionale tra le Associazioni dei Produttori di Patate, sostenitore della campagna *Potatoes Forever!*, cofinanziata dall'Unione Europea

Roma, 11 ottobre 2023 - Fritte, arrosto o bollite, le patate sono alla base dell'alimentazione italiana. Questi tuberi, conosciuti storicamente come "cibo povero", hanno infatti saputo conquistarsi un posto sulla tavola degli italiani non solo per il loro gusto ed economicità, ma anche per altri fattori come i benefici nutrizionali, la sostenibilità che caratterizza l'intera filiera e la versatilità nell'uso e nella conservazione.

La Giornata Mondiale dell'Alimentazione, istituita e promossa dalla FAO (Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura), è l'occasione perfetta per approfondire quali sono le abitudini di consumo delle patate adottate dagli italiani: ce ne dà indicazione una ricerca realizzata da Occurrence su e commissionata da UNAPA, l'Unione Nazionale tra le Associazioni dei Produttori di Patate, promotore del progetto ***Potatoes Forever!*** in Italia. Cofinanziata dall'Unione europea, la campagna *Potatoes Forever!* ha tra i suoi principali obiettivi quello di informare il consumatore sulle buone pratiche del settore pataticolo e mettere in evidenza le azioni degli agricoltori volte a rendere ogni fase produttiva sempre più sostenibile, riducendone l'impatto ambientale.

Lo studio si è svolto tra aprile e maggio 2023 e ha visto il coinvolgimento, attraverso una survey online, di un panel di **circa 1.000 consumatori residenti in Italia**, di età compresa tra i 35 e i 49 anni.

Patate: al quinto posto tra gli alimenti più consumati in Italia

L'indagine conferma un dato di facile intuizione: gli italiani amano le patate. L'80% del campione afferma infatti di mangiare patate almeno una volta a settimana, e ben tre persone su dieci consumano un piatto a base di patate più volte alla settimana.

Le regine dei tuberi si attestano quindi al quinto posto tra gli alimenti più diffusi sulle tavole italiane, precedute da frutta e verdura fresche (consumate almeno una volta a settimana dal 96% degli intervistati), dalla rivale pasta (94%), dalle fonti di proteine

Progetto finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono tuttavia al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per la ricerca (REA). Né l'Unione europea né l'amministrazione erogatrice possono esserne ritenute responsabili.



animali (94%) e dai latticini (90%). Confermata invece la superiorità sul riso, altra fonte di carboidrati per eccellenza, consumato almeno una volta a settimana “solo” dal 77% del campione.

I criteri d'acquisto

Ma quali sono, dunque, i principali fattori che spingono gli italiani ad acquistare le patate? Al primo posto c'è senza dubbio il rapporto qualità/prezzo, che guida ben il 53% del campione nella scelta del prodotto. Seguono poi quasi a parimerito la qualità del prodotto (importante per il 46% degli intervistati) e l'origine nazionale (45%), a conferma del fatto che gli italiani sono consapevoli dell'elevata bontà dei tuberi autoctoni: il 97% del campione afferma infatti di riporre molta fiducia nelle patate acquistate.

Gli incentivi al consumo

Gli italiani si dimostrano sempre più sensibili e attenti ai temi della sostenibilità: il 60% del campione si dichiara infatti disposto a spendere di più per acquistare patate a fronte della garanzia di un prodotto sostenibile.

Ma non è tutto. Tra i principali motivi per i quali le persone sarebbero incentivate ad aumentare il numero di patate acquistate figurano, oltre chiaramente ad una riduzione di prezzo (31%), anche la presenza di certificazioni di qualità e/o ambientali (29%) e una maggiore informazione sulle pratiche sostenibili della filiera (26%).

Il 78% degli intervistati afferma inoltre che ai fini dell'acquisto è importante per loro il modo in cui le patate vengono prodotte ed il percorso che fanno *from farm to fork*, e l'84% esprime la propria volontà di saperne di più sulle pratiche del settore.

Un prodotto duraturo e versatile

Tra le mille qualità delle patate, ve n'è una che le rende particolarmente attraenti per il consumatore: la facilità di conservazione. Le patate, infatti, possono rimanere edibili per mesi, se conservate in modo opportuno al riparo dalla luce e in un luogo fresco e asciutto. Quello che molti non sanno è che le patate possono essere mangiate anche se germogliate, basta togliere il germoglio per guadagnare qualche giorno in più di conservazione.

Queste caratteristiche rendono i tuberi uno dei cibi più adatti per sostenere la lotta allo spreco alimentare, in pieno allineamento con i principi della campagna *Potatoes Forever!* La lotta allo spreco inizia infatti già in fase di produzione, con la conversione delle patate non adatte alla vendita in cibo per l'allevamento del bestiame o in materiale per l'industria di trasformazione. Persino gli scarti vengono recuperati e utilizzati nella metanizzazione, un processo che consente di ottenere biogas dalla materia organica.



Augusto Di Silvio, Presidente UNAPA, ha così commentato i dati: «I risultati dell'indagine ci riempiono di orgoglio e di fiducia, perché dimostrano che il nostro operato è particolarmente compreso e apprezzato dal consumatore finale. Non a caso, le patate sono un prodotto di punta del settore agricolo italiano, che si piazza al decimo posto su scala europea in termini di volumi di patate prodotte, ben 1.3 milioni di tonnellate nel 2022. È importante, per noi pataticoltori italiani, che i consumatori vengano a conoscenza delle pratiche sostenibili che caratterizzano la produzione di questa eccellenza italiana, così che possiamo continuare a perseguire il nostro obiettivo di migliorarci giorno dopo giorno!»

Per ulteriori informazioni:

Ufficio stampa Italia Campagna EU “Potatoes Forever!”

Nicoletta Fabio – mob. 347 1130494

Elisabetta Longo – mob. 345 0730421

Eleonora De Pietro – mob. 340 1819782

potatoesforever@noesis.net

Per saperne di più: potatoesforever.eu/it

UNAPA

UNAPA (Unione Nazionale tra le Associazioni dei Produttori di Patate) è stata fondata nel 1987, per volontà di sei associazioni di produttori, che desideravano avere un sistema organizzato nazionale per valorizzare e proteggere la filiera.

Oggi l'Unione è composta da 11 Organizzazioni di Produttori, ufficialmente riconosciute e operanti in tutte le maggiori aree pataticole nazionali, che complessivamente aggregano circa 9.000 aziende agricole.

UNAPA, oltre a essere l'Unione Nazionale, è l'unica Associazione tra le Organizzazioni dei Produttori (AOP) riconosciuta in Italia per il settore delle patate. Con una produzione pari a circa 240 mila tonnellate, rappresenta circa il 25% della produzione nazionale e, con una superficie investita complessiva di circa 5 mila ettari, copre il 17% della superficie nazionale pataticola, per un fatturato aggregato di circa 70.000.000 € e una VPC di circa 60.000.000 €.

Inoltre, anche se non direttamente presente, attraverso le proprie OP UNAPA è presente anche in altre regioni come la Sicilia, la Sardegna, la Toscana, l'Umbria e le Marche. Nel quadro dei marchi di eccellenza territoriali riconosciuti dall' UE, le OP aderenti a Unapa commercializzano una quota prevalente (85%) delle patate vendute come DOP e IGP in Italia. Tale dato di mercato è possibile grazie alla forte presenza della produzione organizzata nelle 4 maggiori referenze nazionali: la DOP di Bologna e le IGP del Fucino, dell'Alto Viterbese e della Sila.

L'adesione a UNAPA ha contribuito negli anni a consolidare i rapporti tra le varie realtà della produzione organizzata italiana favorendo la formazione di una filiera nazionale e, dunque, di un



vero sistema agroalimentare della patata. Il risultato finale di questo lungo processo è la nascita di una Rete d'impresa denominata "Pataticoltori d'Italia".

Potatoes Forever!

Cofinanziata dalla UE, la campagna **Potatoes Forever!** è promossa in Italia da [UNAPA](#), Unione Nazionale tra le Associazioni dei Produttori di Patate, e in Francia da CNIPT, Comité National Interprofessionnel de la Pomme de Terre, con l'obiettivo di informare il consumatore sulle buone pratiche del settore e mettere in evidenza le azioni degli agricoltori in termini di produzione sostenibile e riduzione dell'impatto ambientale. La mission del programma è quella di migliorare la competitività del settore agricolo dell'Unione europea perseguendo molteplici obiettivi:

- posizionare le patate come alimento prodotto in modo sostenibile;
- aumentare la consapevolezza dei consumatori nei confronti delle patate, prodotto agricolo di eccellenza dell'Unione europea, e degli elevati standard di sostenibilità dei metodi di produzione delle patate nell'UE;
- sottolineare i benefici nutrizionali garantiti dal consumo di patate.

Alla base del progetto, sei pillar: conservazione della biodiversità, riduzione dell'impatto su suolo e acqua, riduzione dell'impatto climatico, lotta allo spreco alimentare, tutela della tracciabilità dei prodotti e delle certificazioni di filiera, supporto ai produttori della filiera.

Il progetto - che nasce nell'ambito del Regolamento UE 1144/2014 - mira ad aumentare la consapevolezza nei cittadini dell'UE riguardo all'impegno dell'agricoltura europea e quindi della filiera delle patate nella transizione verso un modello di agricoltura più sostenibile, nella mitigazione dei cambiamenti climatici e nella preservazione della biodiversità, come previsto dalla strategia *Farm to Fork* promossa nel Green Deal dell'UE.