



Potatoes Forever!: Quanto i consumatori conoscono le patate?

L'indagine, condotta nell'ambito del progetto europeo Potatoes Forever in una selezione di supermercati a fine 2023, mostra come i consumatori italiani siano attenti alla sostenibilità delle patate e all'origine italiana. Il 48% le consuma più volte alla settimana, ma a solo il 9% dichiara di sapere perché sono uno dei prodotti più sostenibili

Roma, 28 febbraio 2024 – Nel carrello dei consumatori italiani un sacco di patate non manca quasi mai. È quanto emerge dall'indagine condotta lo scorso novembre da **Potatoes Forever, campagna cofinanziata dall'Unione Europea e promossa in Italia da UNAPA** - Unione Nazionale tra le Associazioni dei Produttori di Patate, in alcuni grandi supermercati e punti vendita della penisola.

Un campione di **2.900 persone** ha risposto ad alcune domande inerenti alle abitudini di acquisto e consumo delle patate, proprio mentre stava facendo la spesa nel weekend, quella da cui solitamente dipendono i pasti di tutta la settimana. Le risposte sono state positivamente sorprendenti, sia in termini di consumo che di attenzione al prodotto.

1.396 acquirenti hanno dichiarato di consumare patate più volte a settimana, e ben 902 hanno risposto di consumarle almeno una volta a settimana. Il restante campione consuma comunque patate almeno una volta ogni due settimane o una volta al mese, risultati che hanno confermato la preferenza del prodotto.

Quali sono i principali criteri che il consumatore tiene in considerazione quando acquista le patate?

Il buon rapporto qualità-prezzo è la scelta principale per il 40,7%, mentre il 27,8% considera fondamentale controllare la provenienza del sacchetto di patate che sta per acquistare: in particolare, l'origine europea risulta una delle caratteristiche a cui prestare attenzione. Il restante campione ha risposto di considerare la varietà e la tipologia di patate, a seconda dell'uso che debba farne (14,3%), mentre c'è chi controlla eventuali certificazioni ambientali legate alla sostenibilità (17%).

Proprio **la presenza di una certificazione ambientale chiaramente indicata sull'etichetta** spingerebbe il 31,9% ad acquistare patate più spesso, mentre il 26,8% vorrebbe avere maggiori informazioni sulle pratiche sostenibili utilizzate per la produzione. La percezione di un buon rapporto qualità prezzo fa sì che solo il 23,4% dichiari senza remore che le metterebbe più spesso a tavola se il prezzo al kg fosse inferiore. Il 17,7% infine si dimostra attento all'alimentazione, chiedendo maggiori dettagli sulle caratteristiche nutrizionali.

INSIEME PER UN'EUROPA SOSTENIBILE



Se la prima parte dell'indagine voluta da Potatoes Forever! aveva l'obiettivo di indagare le abitudini nel carrello, la seconda parte delle domande si è concentrata sulla conoscenza delle pratiche sostenibili nella produzione delle patate in Europa.

La maggioranza, il 35,6%, risponde sinceramente di non saperne molto sulla sostenibilità dell'alimento e sulle pratiche messe in campo dalla filiera pataticola italiana. Addirittura, il 28,9% dichiara di non saperne "per niente", e il 26,1% dichiara di saperne abbastanza. Purtroppo, solo il 9,2% dichiara con certezza di conoscere i processi che portano le patate a essere sostenibili, un dato piuttosto esiguo. C'è quindi ancora molto da fare per spiegare ai consumatori quali sono le azioni che i produttori europei e italiani mettono in campo ogni giorno per assicurare una produzione sostenibile.

Fame di informazioni

Il tema più interessante per il 26,8% è la tracciabilità della filiera, per sapere esattamente da quale campo italiano arriva il prodotto messo in tavola, un argomento che riguarda sempre di più tutti gli alimenti che consumiamo, indipendentemente dalla frequenza. La **sensibilità verso lo spreco alimentare** invece è importante per il 22,3%, che vorrebbe capire in cosa si traduce l'impegno dell'Europa per limitare lo spreco di risorse a tutti i livelli.

Potatoes Forever!, al suo secondo anno di attività, si propone proprio di informare il consumatore su tutte le buone pratiche messe in atto nella filiera pataticola europea e italiana, con l'obiettivo di valorizzare quest'eccellenza europea come prodotto non solo gustoso, ma anche e soprattutto sostenibile.

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.

INSIEME PER UN'EUROPA SOSTENIBILE



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'impresе 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.