



***Sai cosa c'è nel piatto insieme alle patate?
Sostenibilità, protezione del suolo, dell'acqua e lotta allo spreco alimentare***

- **Il 74% pensa che la produzione di patate sia realizzata in modo sostenibile**
- **3 consumatori su 5 si dichiarano disponibili a spendere di più per acquistare patate rispettose dell'ambiente, coltivate in modo responsabile**

L'indagine è stata promossa da UNAPA, l'Unione Nazionale tra le Associazioni dei Produttori di Patate, sostenitore della campagna *Potatoes Forever!*, cofinanziata dall'Unione Europea, su un campione di 1.000 consumatori residenti in Italia

Roma, 1° agosto 2023 - Le patate rappresentano senza dubbio uno tra gli alimenti più popolari e maggiormente consumati in Italia, non solo per la loro versatilità in cucina, ma anche per i riconosciuti benefici nutrizionali. I consumatori di oggi sono più consapevoli di un tempo ma quanto ne sanno del percorso di sostenibilità che hanno fatto quelle patate per arrivare fino al loro piatto?

A queste e ad altre domande ha provato a dare risposta una ricerca realizzata su indicazione di 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 e mettere in evidenza le azioni degli agricoltori volte a rendere ogni fase produttiva sempre più sostenibile, riducendone l'impatto ambientale.

Lo studio, condotto dall'ente di ricerca Occurrence, 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. **Augusto Di Silvio, Presidente UNAPA, ha così commentato i dati:** *«Siamo orgogliosi di prendere parte alla campagna Potatoes Forever! e portarla avanti in Italia. È importante, per noi pataticoltori italiani, che il consumatore finale sia a conoscenza della sostenibilità delle nostre pratiche e della bontà del prodotto che realizziamo, così che possiamo continuare a perseguire il nostro obiettivo di migliorare giorno dopo giorno il nostro operato».*

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.



Spendere di più per mangiare meglio, per noi e per l'ambiente

Dall'indagine emerge come la produzione di patate in Italia goda di una buona immagine rispetto alle tematiche ambientali, anche a partire dalla tipologia di confezione in cui vengono vendute nei punti vendita. Infatti, il 61% di consumatori interpellati ritiene che l'imballaggio che contiene le patate sia rispettoso dell'ambiente.

Inoltre, più di **sette italiani su dieci** considerano importanti le modalità in cui vengono prodotte le patate che acquistano, mentre **tre consumatori su cinque** si dichiarano disponibili a spendere di più per acquistare patate rispettose dell'ambiente, coltivate in modo sostenibile.

Cosa significa “pratica sostenibile”?

I consumatori italiani attribuiscono inoltre grande importanza alle sfide ambientali affrontate dal settore pataticolo; in particolar modo, riguardo alla produzione responsabile della patata.

Nonostante il discreto riscontro ottenuto in termini di conoscenza della produzione di patate da parte dei consumatori, la ricerca ha registrato diversi settori nei quali sono presenti margini di miglioramento, come **l'ambito tecnico e quello legato all'impegno per la salvaguardia dell'ambiente**: un segnale della necessità di focalizzare la comunicazione su questi temi che potrebbe rispondere anche all'interesse mostrato dai consumatori nei confronti delle modalità di produzione sostenibili del settore.

Con quanta frequenza gli italiani consumano patate e quali sono i criteri di acquisto?

Passando invece dal campo al piatto, dai risultati della ricerca, è emerso come circa l'80% degli italiani consumi patate almeno una volta a settimana, mentre il 97% degli intervistati ha dichiarato di avere massima fiducia nel prodotto acquistato.

Tra i principali criteri di acquisto spicca il rapporto qualità/prezzo, fattore decisivo per il 53% dei consumatori coinvolti, e si posiziona poco più in basso la provenienza nazionale, importante per il 45% degli intervistati.

Gli italiani conoscono il settore pataticolo?

Per l'85% del campione di consumatori coinvolto è noto che le patate sono un prodotto stagionale disponibile tutto l'anno, mentre il 74% pensa che la produzione di patate sia realizzata in modo sostenibile e rispettoso dell'ambiente. Dall'indagine emerge inoltre una forte consapevolezza riguardo alla grande attenzione necessaria nella coltivazione pataticola, abbinata a tecniche produttive all'avanguardia.

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.



Più di due terzi dei consumatori dichiara di sentirsi bene informato sulle patate, in particolare sulla loro stagionalità, la produzione sostenibile e l'origine. A questo si affianca comunque una decisa volontà di saperne di più sulle pratiche del settore (84%) - in particolare riguardo alla tracciabilità e all'uso dell'acqua e di prodotti fitosanitari - a testimonianza della curiosità e dell'attenzione da parte dei consumatori italiani verso ciò che portano in tavola.

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: <http://www.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'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.