



## ***Primo Piano - Agricoltura-Economia: presentato l'Osservatorio Enpaia-Censis***

**Roma - 15 lug 2020 (Prima Pagina News) Con il primo Rapporto sul valore dell'agricoltura per l'economia e la società italiana post-Covid**

È stato presentato sul Canale YouTube Ital TV - <https://www.youtube.com/watch?v=FK1HobxYmi4> - l'Osservatorio sul mondo agricolo ENPAIA-Censis con il Primo Rapporto dal titolo "Il valore dell'agricoltura per l'economia e la società italiana post Covid-19". Obiettivo della ricerca è quello di raccontare il valore economico e sociale dell'agricoltura nelle sfide complesse del post Covid-19 e capire se questo settore può rappresentare uno dei motori di crescita nel Paese e favorire il rilancio dell'occupazione. Un mondo agricolo dinamico e vitale Dal Rapporto dell'Osservatorio, avviato prima dell'emergenza sanitaria, emerge la convinzione da parte degli italiani che l'agricoltura non è più il mondo residuale che l'ha caratterizzata in passato e all'arrivo della pandemia si dimostra in buona salute, dinamica e vitale, strategica per l'economia italiana, il turismo e lo sviluppo occupazionale tra i giovani. Un mondo di 732 mila imprese attive, quasi 900 mila addetti, 44 miliardi di euro di export con +26,2% reale nel 2014-2019 (+15,9% del totale economia). In particolare, il 96,1% degli italiani reputa l'agricoltura importante per l'economia italiana, l'86,5% la considera fonte essenziale di posti di lavoro e il 90,9% la ritiene utile per la promozione e l'attrattività turistica dei territori. Dall'agricoltura nuova occupazione giovanile L'elevata social reputation dell'agricoltura tra gli italiani li porta ad avere alte aspettative sul suo ruolo nel dopo Covid-19. Infatti, secondo l'89,2% degli italiani si tratta di un settore produttivo che, grazie all'attività di imprese e agriturismi offre ampi margini di crescita e ripresa economica. Basti pensare al ruolo attivo ed essenziale avuto nel periodo di lockdown nel garantire i rifornimenti alimentari agli italiani costretti a rimanere chiusi in casa. Buone prospettive, poi, anche sul fronte della creazione di nuova occupazione: per l'87,9% degli italiani nel post Covid-19 l'agricoltura sarà motore per la creazione di nuovi posti di lavoro e di opportunità di fare impresa, anche per i giovani. La pensano così l'87,5% dei residenti nel Nord-Ovest, l'88,2% nel Nord-Est, l'85,6% nel Centro e l'89,5% nel Sud-Isole. Con il lockdown crollo dei consumi La pandemia ha generato una crisi sociale senza precedenti e con il lockdown gli italiani hanno dovuto far fronte a una disponibilità economica che si è gravemente ridimensionata. Ad oggi, il 45% di loro dispone di cash per restare a galla solo per tre mesi, acquistando prodotti essenziali e pagando debiti ineludibili. Sono 7,5 milioni le persone che nell'emergenza sanitaria hanno chiesto e ottenuto aiuto economico da familiari o amici. Inoltre, 1 milione di italiani ha subito un calo del 50% dei propri redditi e pensa di ritrovarsi con zero risorse entro un anno. Il blocco delle attività di somministrazione durante il periodo di permanenza forzata a casa, rileva l'Osservatorio, ha prodotto il crollo della spesa per alberghi, ristorazione, esercizi pubblici, con un -34 miliardi di spesa stimati a fine anno (-40% reale su base annua), parzialmente ammortizzati dall'incremento atteso di circa 10 miliardi



di euro (-6 % reale) della spesa per consumi domestici. Il saldo negativo finale è comunque un colossale -24 miliardi a fine anno (-10% reale). Ritorno al risparmio e rilancio del 'made in Italy' Il post Covid-19 ha così generato nuove abitudini nel rapporto con il cibo e i consumi alimentari. Gli italiani hanno cominciato a risparmiare di più, ricorrendo ai discount (+18%) e agli ipermercati (+3%) ed è cresciuta l'attenzione sociale al cibo, con il 25% degli italiani (41,8% tra i 25-34enni) che ha dedicato più tempo a colazione, pranzo e cena, ed il 32% che vi ha dedicato più tempo del solito, con quote analoghe tra maschi e femmine. Di particolare interesse, l'incremento di attenzione sociale per cibo e cucina dei millennial, inclusi i maschi. In questa situazione di emergenza, secondo l'Osservatorio, nel post Covid emerge un nuovo importante ruolo dei prodotti 'made in Italy': il 91% è pronto ad acquistare più alimenti di produzione italiana, dal vino ai formaggi, per la qualità, per la sicurezza e per solidarietà ai nostri agricoltori. Rivalutata, inoltre, anche la necessità di una maggiore trasparenza: l'89% degli italiani punterà su alimenti la cui etichetta rende evidente origine, ingredienti, lavorazione, cioè prodotti con una tracciabilità trasparente. Lo faranno di più millennial (86,7%), laureati (86,3%) e bassi redditi (94,6%), e in ogni caso la tracciabilità si imporrà sempre più come criterio regolatore generale dei nuovi consumi alimentari. Secondo Giuseppe De Rita, Presidente del Censis: "Il Covid-19 è stato un importante stress test anche per l'agricoltura, che veniva da un lungo periodo positivo di rigenerazione in cui si è imposta come traino della filiera del cibo. Anche nel clima di paura e incertezza del post Covid, l'agricoltura resta strategica per creare nuove imprese e occupazione aggiuntiva. Dovrà però fare i conti con consumatori molto cauti nella spesa, che non transigono su qualità e sicurezza dei prodotti". Per il presidente di ENPAIA, Giorgio Piazza: "L'Osservatorio ENPAIA-Censis si pone come riferimento della filiera del cibo e vuole rendere evidente a tutti il valore dell'agricoltura e dei suoi protagonisti. I dati emersi rafforzano una tendenza positiva del comparto agricolo che è un settore fondamentale e strategico del nostro sistema-Paese. L'agricoltura italiana, infatti, ha un valore aggiunto molto alto, il secondo in Europa con 34,6 miliardi di euro, ed esprime una classe imprenditoriale capace di fare investimenti e produrre cibo di qualità".

*(Prima Pagina News) Mercoledì 15 Luglio 2020*