

## IL MERCATO IN TEMPO DI PANDEMIA

# La frontiera del delivery

Olio, pesto e altri prodotti tipici della Liguria: il rilancio passa attraverso le consegne a domicilio che suppliscono all'assenza di eventi. Ma la vera svolta è il ritorno dei turisti

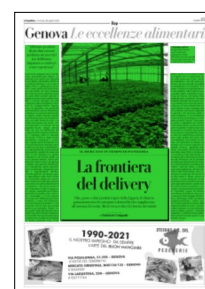
di **Fabrizio Cerignale**

“Abbiamo prodotti di nicchia con cui andiamo sui mercati ma dobbiamo imparare a venderci come esperienza”

Una buona stagione per la produzione agroalimentare ligure, soprattutto per quello che riguarda le eccellenze, dal basilico di Pra' ai carciofi di Albenga, a vini come il Pigato Nero, a produzioni di nicchia, come quella dei frutti di bosco, ma anche con una tendenza che vede un nuovo impulso anche da parte delle aziende agricole a spingersi verso nuovi canali di vendita e cercare sinergie con altri comparti. Andrea Sampietro, direttore di *Confagricoltura Liguria*, cerca di guardare con positività una situazione ancora abbastanza complessa. Le aziende agricole della Liguria, infatti, stanno vivendo una situazione che si va ad intersecare con altri fronti di crisi, e in molti casi questo non aiuta. «L'agroalimentare è il settore che sta pagando di più - spiega - perché tutto ciò che sta all'interno del comparto *Horeca* (hotel, ristorazione e catering) soffre le chiusure dei locali, il blocco degli eventi,

matrimoni, comunioni e convegni, e questo porta le imprese a vivere una situazione analoga a quella dello scorso anno. I problemi sono, principalmente, per le aziende monosettore, quelle che basavano tutto il loro business su questo comparto e che hanno subito un vero e proprio salasso. Chi ha resistito sono state, invece, le imprese collegate alla grande distribuzione e, soprattutto, quelle spaccettate su vari fronti, compresa la vendita e l'esportazione diretta». Aziende agricole che hanno saputo approfittare della forte richiesta di prodotti online per consolidare canali di vendita già esistenti o per sbarcare sulle piattaforme di e-commerce. «Da questo punto di vista l'aumento è stato a doppia cifra - spiega - soprattutto per l'agroalimentare di qualità come vino l'olio, e formaggi, e ci sono aziende che, dopo aver differenziato il loro business a causa del lockdown, non torneranno più indietro». Una tendenza che ha dato nuova linfa anche a un comparto "ibrido" come quello degli agriturismi che in molti casi sono riusciti a tamponare le perdite dovute alla mancanza di ospiti con un delivery di qualità. «Il quadro generale resta, ovviamente quello di un minore poter di acquisto che si ripercuote anche sulla spesa per il cibo - prosegue Sampietro - ma chi si può permettere questo acquisti di qualità

ha moltiplicato le occasioni. E se prima si andava in agriturismo solo solo qualche volta, adesso ci sono molte realtà, soprattutto in provincia di Genova, che hanno visto moltiplicarsi le richieste da parte di clienti abituali che possono avere i prodotti senza doversi muovere da casa. Ci sono aziende che avevano iniziato a fare consegne solo nei weekend, poi hanno aggiunto il venerdì e ora lavorano anche a metà settimana». E se nel delivery cresce anche la tendenza a consegnare prodotti "grezzi" che possono essere completati con creatività dal cliente finale, anche nel comparto "ospitalità" sembra farsi strada, anche se con fatica, la proposta di un turismo esperienziale, basato, oltre che sulla bellezza del territorio, sulla qualità dei nostri cibi. «Noi abbiamo un prodotto di nicchia, che permette di andare sui mercati con un buon rapporto tra qualità e prezzo - aggiunge Sampietro - ma quello che secondo me dovrebbe essere fatto è di imparar-



re a venderci come esperienza, come fanno già in altri paesi, pensiamo alla Provenza con la lavanda. La nostra produzione di vino, basilico, e altre tipicità, non basta ad invadere i mercati esteri, si limita quasi principalmente all'autoconsumo e alla ristorazione, ma è comunque un unicum che non trovi da altre parti. E allora, invece di pensare a come produrre di più, potremmo fare un patto tra il comparto agroalimentare e quello turistico per portare le persone a consumare i nostri prodotti sul territorio. Pacchetti capaci di attrarre nuovi flussi di visitatori, che possano spaziare dalle spiagge all'entroterra, all'insegna delle eccellenze enogastronomiche». Anche perché i primi segnali di ripresa della stagione turistica ci sono. «Gli agriturismi iniziano ad avere prenotazioni su luglio e agosto - conclude Sampietro - e l'80% proviene dall'estero perché il nostro paese è considerato sicuro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

◀ **Il basilico di Pra'**

Gli agricoltori hanno avuto una buona produzione, ma le difficoltà sono dovute alla chiusura dei ristoranti che lo utilizzano in quantità



3589 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE