

## Indagine sulla sostenibilità dei Mercati Contadini di Roma Capitale

Mulumebet A. Kassa

### Introduzione

**I**l sistema alimentare è nato nelle prime fasi dell'insediamento umano e si è evoluto lungo la storia della civiltà. È iniziato con le attività agricole e l'addomesticamento degli animali. Da allora, molti cambiamenti si sono susseguiti, portando vantaggi, sfide, diversità e complessità. Tuttavia, le attività del sistema alimentare costituiscono ancora la base dell'economia di molti paesi, spesso affrontando problemi di sicurezza alimentare.

Il sistema alimentare esiste a tutti i livelli: locale, regionale, nazionale o internazionale. A causa di questa complessità, è necessario un approccio olistico per adottare soluzioni sostenibili. A tutti questi livelli, diversi attori partecipano al sistema alimentare, compresi enti privati e pubblici, organizzazioni di protezione della salute e dell'ambiente, infrastrutture di trasporto e stoccaggio degli alimenti e organizzazioni per la sicurezza pubblica ed a gestione delle emergenze.

Il sistema alimentare è diverso in ogni paese e tra le aree urbane e quelle rurali. Il sistema alimentare è diversificato per natura e può essere influenzato da infrastrutture, demografia, aspetti culturali e religione. Avere un sistema alimentare ben strutturato può aiutare una nazione ad avere una migliore nutrizione, favorire il benessere dei produttori e dei consumatori e proteggere l'ecosistema.

Il sistema alimentare comprende tutti gli aspetti dell'alimentazione e della nutrizione: raccolta, imballaggio, lavorazione, trasporto, commercializzazione e consumo del cibo (IFAD 2021). Comprende in modo completo l'interazione tra l'uomo e la natura. Inoltre, le istituzioni, le infrastrutture ed i servizi di supporto sono parte integrante del sistema alimentare.

La produzione e il consumo di cibo sono influenzati da vari fattori come le dimensioni sociali, economiche, ambientali e culturali. Le attività del sistema alimentare sono interconnesse tra loro, poiché prevedono l'interazione continua di: agricoltori, trasformatori, distributori, rivenditori, consumatori, politici e ambiente naturale.

Il sistema alimentare include aspetti legati alla produzione e non. L'elemento base dell'aspetto produttivo del cibo va dalla preparazione del terreno alla raccolta. Mentre il consumo di cibo, lo stoccaggio alimentare, il trasporto al mercato, le attività generatrici di reddito e le infrastrutture sono inclusi negli aspetti non produttivi. Tutte queste componenti devono essere pianificate bene per affrontare le necessità economiche, sociali e ambientali in un'ottica di sostenibilità.

La presente ricerca, si concentra sullo studio dei mercati contadini, uno dei componenti che si collocano al centro della complessa rete di attività coinvolte nel sistema alimentare, interfacciando in modo diretto la coltivazione al consumo. Attraverso l'analisi, si indaga anche il loro ruolo nel sistema alimentare della comunità locale della città.

### Mercati Contadini

La storia dei mercati contadini ha radici che risalgono ai primi anni '70, quando in diversi paesi occidentali, dagli Stati Uniti all'Europa, nell'ambito del movimento back-to-the-land, iniziò ad emergere la ricerca di modi alternativi allo sviluppo dominante del sistema agroalimentare, per permettere la sopravvivenza di diverse forme di agricoltura (Rossi et al. 2008).

Un mercato contadino è un mercato fisico dove agricoltori, produttori e coltivatori locali si riuniscono per vendere direttamente ai consumatori i loro prodotti agricoli. I mercati si tengono solitamente su base regolare, come settimanale o mensile. Al mercato contadino è possibile trovare una vasta gamma di prodotti freschi, tra cui frutta, verdura, cereali, erbe aromatiche, prodotti caseari, carne, pollame e uova. A seconda della posizione del mercato, è possibile trovare anche prodotti del mare e prodotti lavorati come il miele. Oltre ai prodotti agricoli, i mercati contadini vendono anche alimenti artigianali, prodotti da forno, vino fatto in casa, olio d'oliva, fiori e altri prodotti

locali.

I mercati contadini collegano direttamente i produttori ai consumatori, supportano le economie locali e promuovono pratiche alimentari sostenibili. Sono componenti essenziali di un sistema alimentare resiliente ed equo e svolgono un ruolo importante negli aspetti produttivi e non produttivi del sistema alimentare.

I mercati contadini hanno molte caratteristiche distintive che li differenziano da altri canali di distribuzione alimentare e altri tipi di mercati. La principale caratteristica del mercato contadino è che i produttori vendono direttamente ai consumatori. La vendita diretta accorcia la filiera. Insieme ad altre esperienze di vendita diretta, gestite individualmente o collettivamente, fanno parte di quel quadro di iniziative comunemente definito nel nostro paese con il termine "filiera corta", ma noto anche come "circuiti brevi di produzione-consumo" (Rossi et al. 2008).

La vendita diretta, oltre ad accorciare la filiera, permette un'interazione faccia a faccia tra produttori e consumatori e favorisce la connessione tra le persone.

Un'altra caratteristica distintiva dei mercati contadini è la priorità data ai prodotti locali e stagionali. Poiché i mercati contadini si trovano vicino o adiacenti all'area di produzione, offrono prodotti tipicamente coltivati all'interno di una specifica regione geografica. Questo permette di ottenere prodotti stagionali di una certa località geografica che riflettono il ciclo naturale di crescita o produzione del cibo della regione.

Un'altra caratteristica distintiva è che i mercati contadini offrono prodotti più freschi e di qualità superiore rispetto agli articoli di massa presenti in altri canali distributivi (ad esempio, supermercati). La maggior parte dei produttori/venditori segue pratiche agricole sostenibili e biologiche. Questo promuove opzioni alimentari più sane e rispettose dell'ambiente.

I mercati contadini hanno un ruolo importante e supportano il sistema

alimentare di un paese o di una certa località geografica. I mercati contadini partecipano a quasi tutti gli aspetti produttivi e non produttivi del sistema alimentare. Questo dà loro la possibilità di contribuire alla costruzione di un sistema alimentare sostenibile, resiliente ed inclusivo nelle dimensioni economiche, sociali e ambientali.

### **La situazione dei mercati contadini a Roma**

La ricerca si focalizza su Roma, dove i mercati contadini svolgono un ruolo importante nella cultura alimentare e nell'economia locale della città. Roma è nota per le sue tradizioni culinarie e per l'enfasi sugli ingredienti freschi e di qualità, ma anche per le attività agricole localizzate intorno alla città e anche all'interno di estesi parchi urbani.

I mercati contadini di Roma offrono una gamma diversificata di prodotti, tra cui frutta fresca, verdura, formaggi, carni, salumi, miele, olio d'oliva, vino e prodotti artigianali, coltivati e prodotti localmente. Questi mercati forniscono un'opportunità per gli agricoltori e produttori locali di vendere direttamente i loro prodotti ai consumatori, assicurando una filiera trasparente e tracciabile. L'enfasi sui prodotti locali e stagionali contribuisce a supportare i piccoli agricoltori e a preservare le pratiche agricole tradizionali.

I mercati contadini di Roma non sono solo luoghi di commercio, ma anche punti di incontro con una valenza sociale e culturale. Offrono un'atmosfera vibrante in cui residenti e turisti possono entrare in contatto con il patrimonio culinario della città, interagire con i produttori e sperimentare la diversità delle offerte alimentari di Roma.

I mercati contadini a Roma contribuiscono a promuovere l'agricoltura sostenibile, aiutano i produttori locali a generare reddito e a preservare la tradizione culinaria. I mercati forniscono ai consumatori l'accesso a cibi freschi, coltivati localmente e culturalmente significativi.

Per avere una comprensione più approfondita dei mercati contadini a Roma, questo progetto di ricerca mira a esaminare il ruolo attuale e le loro possibilità di sviluppo. L'obiettivo è analizzare la dimensione del fenomeno, i punti di forza/debolezza e i potenziali impatti dal punto di vista economico, sociale e ambientale.

### **Metodologia della ricerca**

*Cristiano Colombi e Mueba Joad Yombo*

La metodologia di ricerca per questo progetto impiega prevalentemente approcci qualitativi per comprendere a fondo le dinamiche dei mercati contadini. L'indagine sul campo viene condotta su alcuni casi di studio per esaminare le loro pratiche di sostenibilità, gli sforzi di coinvolgimento della comunità e la viabilità economica complessiva. Questionari e brevi interviste sono rivolte sia ai contadini, che fungono da venditori, che ai consumatori, per raccogliere dati sulle loro esperienze, percezioni e vantaggi economici derivanti dai mercati contadini.

Oltre a questi metodi qualitativi, vengono analizzate fonti di dati secondari come rapporti di mercato, statistiche agricole e indicatori ambientali per supportare i risultati della ricerca. Tecniche di analisi economica vengono impiegate per valutare gli impatti economici diretti e indiretti dei mercati contadini, considerando fattori come gli effetti moltiplicatori, la generazione di reddito e la creazione di posti di lavoro. A completamento di ciò, viene condotta un'analisi sociale per identificare le percezioni e le esperienze comuni di venditori e consumatori riguardo al coinvolgimento della comunità, alle interazioni sociali e alla preservazione della cultura alimentare tradizionale.

Questo approccio completo mira a dipingere un quadro dettagliato del ruolo multi-facetico dei mercati contadini di Roma Capitale.

Il campione della ricerca è stato costruito selezionando 3 mercati contadini di Roma diversificati per: dimensione, prevalenza di produttori biologici o convenzionali, posizione geografica e soggetto promotore. Inoltre è stato considerato anche 1 mercato del Lazio, nella zona dell'Agro Pontino ad elevata vocazione agricola come termine di paragone. Inoltre il team di ricerca è stato suddiviso in base ai mercati selezionati ed è stato preparato per raccogliere informazioni sul campo selezionando ciascun mercato fino ad un massimo di 10 stand (agricoltori/venditori) e 10 consumatori contemporaneamente. La selezione degli stand si è basata sui tipi di prodotti e sulla disponibilità dei venditori a partecipare alla ricerca, mentre il campione di consumatori è stato scelto in modo casuale cercando di

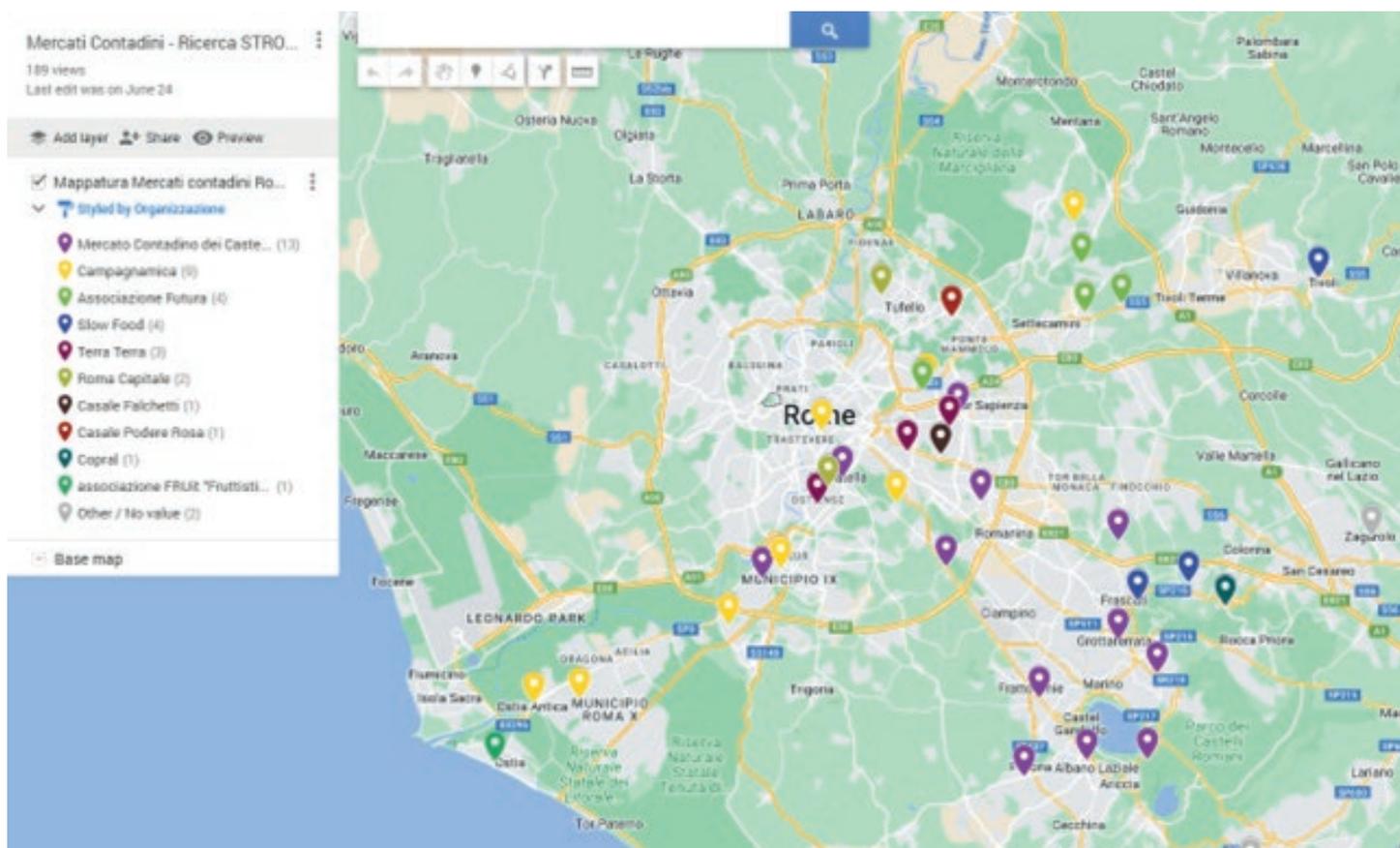
mantenere diversità di genere e di fasce d'età.

Per condurre la ricerca, sono stati predisposti dai docenti e successivamente perfezionati insieme agli studenti i seguenti **strumenti di raccolta dati**.

- Mappatura: sono state raccolte e sistematizzate tutte le informazioni disponibili pubblicamente sui mercati contadini presenti nella provincia di Roma e nel Lazio.
- Griglia di osservazione mercato contadino: dedicata alla rilevazione delle caratteristiche dei prodotti e dei prezzi al kg. dei 10 stand selezionati in ciascun mercato contadino per le seguenti tipologie: verdure, frutta, carni, formaggi e prodotti trasformati.
- Sondaggio strutturato su sostenibilità ambientale: da somministrare ai produttori selezionati per raccogliere informazioni sui metodi di produzione, le eventuali certificazioni, le fonti energetiche, la distanza dal mercato contadino ed i mezzi utilizzati per il trasporto dei prodotti.
- Brevi interviste ai produttori su sostenibilità economica e ambientale: contiene alcune domande da rivolgere ai produttori disponibili per approfondire le risposte raccolte attraverso il sondaggio precedente.
- Griglia di osservazione di altre distribuzioni: dedicata alla rilevazione delle caratteristiche dei prodotti e dei prezzi al kg. di altri 5 punti vendita nella zona di ciascun mercato contadino, differenziati per: supermercati, negozi e mercati rionali.
- Sondaggio consumatori mercato contadino: da somministrare a 10 consumatori in ciascun mercato contadino per raccogliere dati demografici, distanza dal mercato e mezzi di trasporto utilizzati, motivazione all'acquisto e valutazioni sui punti di forza e di debolezza di ciascun mercato.

La mappatura realizzata rappresenta un primo prodotto della ricerca. È stata costruita consultando ed incrociando le banche dati disponibili pubblicate dalla Regione Lazio, dalla Campagna Amica di Coldiretti, dalla rete del Mercato Contadino dei Castelli Romani e dalla cooperativa sociale Barikamà.

Le informazioni raccolte sono state organizzate in un database ragionato e proiettate su Google Maps (consultabile



al link pubblico: [https://www.google.com/maps/d/edit?mid=16dl\\_6SzGYO X 9 2 N q k n j M 8 M - bO0l12vMk0&usp=sharing](https://www.google.com/maps/d/edit?mid=16dl_6SzGYO X 9 2 N q k n j M 8 M - bO0l12vMk0&usp=sharing).

La mappatura mostra una crescita dei mercati contadini, avviati dalla Provincia di Roma con il progetto Coltivando nel 2010, anno mondiale della Biodiversità. Questa iniziativa ha dato origine alle principali reti di produttori autorizzati (Mercato Contadino dei Castelli Romani, Associazione Futura) che a loro volta hanno accresciuto il numero di mercati sul territorio. A questa iniziativa si sono affiancate negli anni le esperienze di Campagna Amica, Slow Food e una rete informale di mercati presso centri sociali e spazi pubblici recuperati. Il risultato complessivo è una buona copertura lungo gli assi Centro/Sud-Est e Sud-Ovest/Nord-Est che corrispondono alle zone più intensamente popolate. Non figurano, invece, mercati contadini nella zona Nord-Ovest.

### Analisi del questionario sulla sostenibilità ambientale dei produttori

*Luz Margarita Paredes e Vanessa Klinger*

L'analisi dei dati raccolti per quanto riguarda la sostenibilità ambientale nei tre mercati contadini selezionati fa riferimento ad un totale di 26 stand di

produttori/venditori.

L'area tematica della raccolta e analisi dei dati è suddivisa in vari aspetti fondamentali, che riguardano i metodi di produzione agricola, l'uso delle fonti energetiche, le distanze di trasporto e le pratiche agricole sostenibili e le brevi interviste effettuate ai produttori stessi.

### Metodologia

È stato selezionato un campione di produttori dai 3 mercati. Nei mercati di San Paolo e Circo Massimo, sono stati selezionati 10 produttori da ogni mercato e 6 produttori sono stati selezionati dal mercato Infernetto. La selezione si è basata sulla loro presenza nei mercati degli agricoltori e sulla varietà di prodotti offerti. La selezione è stata fatta per garantire una rappresentanza equilibrata di diverse tipologie di prodotti.

Per raccogliere i dati, sono stati utilizzati questionari strutturati e brevi interviste. I questionari sono stati raccolti con i produttori e le interviste sono state condotte dai ricercatori.

### Analisi dei Dati. Metodi di Produzione Agricola

Abbiamo esaminato come i produttori coltivano i loro prodotti e quali certificazioni di sostenibilità possiedono.

**Biologico (46%):** La maggioranza usa metodi biologici, riducendo sostanze chimiche e proteggendo ambiente e suolo. Questo metodo risponde alla crescente richiesta di alimenti sani e sostenibili. L'adozione del metodo biologico riflette una crescente consapevolezza da parte dei produttori rispetto alla richiesta dei consumatori per alimenti sani e a basso impatto ambientale. Sociologicamente, questa tendenza può indicare una maggiore responsabilità sociale percepita dai produttori, i quali potrebbero vedere il biologico non solo come un'opportunità di mercato ma anche come una pratica etica. Tuttavia, rimane da comprendere se vi sia una piena integrazione dei valori ecologici o se il metodo venga adottato prevalentemente per rispondere alla domanda del mercato.

**Biodinamico e Agroecologico (11.5% ciascuno):** Questi metodi sono più complessi e si concentrano su pratiche agricole olistiche e rispettose dell'ecosistema. Sono adottati da produttori innovativi e consapevoli, spesso considerati pionieri. Questi metodi richiedono una conoscenza avanzata e un approccio sistemico all'agricoltura, implicando una maggiore capacità di sperimentazione e apertura verso pratiche meno convenzionali. Dal punto di vista sociologico, questi produttori potrebbero

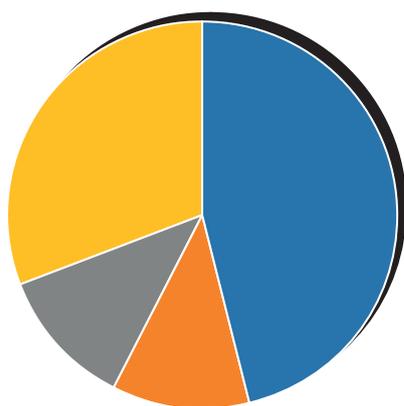
essere considerati come "pionieri verdi" che influenzano altri agricoltori o consumatori attraverso la loro filosofia di vita e i loro metodi di lavoro. È possibile che abbiano una relazione più stretta con i movimenti sociali legati all'ecologia e alla sostenibilità, come i sostenitori della permacultura o della rigenerazione dei suoli.

**Convenzionale (31%):** Ancora molti produttori usano metodi tradizionali, che sono meno sostenibili a causa dell'utilizzo di fertilizzanti e pesticidi chimici. Questi produttori sono spesso più resistenti al cambiamento per vari motivi economici e pratici. I produttori che seguono il metodo convenzionale potrebbero essere più legati a pratiche consolidate e resistenti al cambiamento. Potrebbero riscontrare difficoltà nell'adottare nuovi metodi per varie ragioni, come i costi iniziali di conversione a sistemi più sostenibili, la mancanza di supporto tecnico o economico, o una percezione di maggiore rischio economico. Da un punto di vista culturale, questi agricoltori potrebbero avere una mentalità più tradizionalista, preferendo rimanere fedeli a ciò che conoscono piuttosto che avventurarsi verso pratiche meno familiari, nonostante l'aumento della pressione sociale verso una maggiore sostenibilità.

### Certificazioni

Solo 16 stand su 26 hanno certificazioni, pari al 61.5% degli stand. Una maggioranza degli stand è certificata, il che riflette una crescente attenzione all'affidabilità e alla trasparenza delle pratiche agricole sostenibili. Tuttavia, rimane una porzione significativa (38,5%) di produttori che non dispone di certificazioni, il che potrebbe essere dovuto ai costi, alla complessità burocratica o alla mancanza di accesso alle risorse per ottenere tali certificazioni. Le certificazioni rappresentano un'importante forma di legittimazione per i produttori, sia nei confronti dei consumatori che delle istituzioni. Tuttavia, il fatto che il 38,5% degli stand non disponga di certificazioni solleva diverse questioni, come l'esistenza di barriere economiche e burocratiche o la mancanza d'informazione. Molti produttori trovano costose o complicate le certificazioni di sostenibilità, soprattutto le piccole aziende agricole. Alcuni sono scettici sull'importanza delle certificazioni o

### Metodi di produzione agricola dei 26 stand sondati



**Biologico:** 12 stand  
**Biodinamico:** 3 stand  
**Agro e ecologico:** 3 stand  
**Convenzionale:** 8 stand

non hanno informazioni sufficienti per ottenerle, creando un divario tra i produttori. Da un punto di vista sociologico, questi agricoltori potrebbero essere in una posizione di svantaggio rispetto a quelli certificati, nonostante praticino effettivamente metodi sostenibili.

### Distanza dei produttori dal mercato e mezzi di trasporto

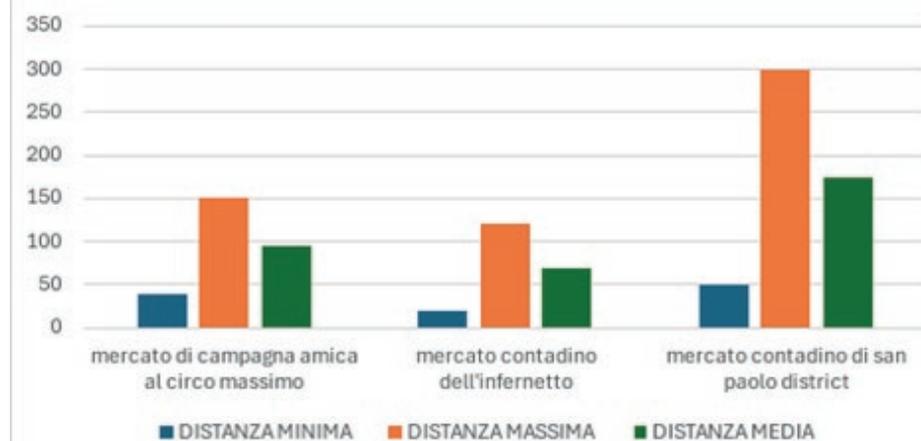
I dati sulla distanza percorsa dai prodotti e i mezzi di trasporto utilizzati sono stati raccolti e analizzati.

Le distanze dal mercato variano note-

volmente, dagli 20 km ai 300 km. La distanza media è di circa 94 km, e le distanze più comuni oscillano tra i 30 e i 150 km. La variabilità delle distanze può dipendere dalla logistica locale o dalla mancanza di mercati contadini vicini ai luoghi di produzione. Si tratta di un problema logistico che può incidere negativamente sull'impatto ambientale, dal momento che influisce negativamente sulla sostenibilità complessiva, aumentando l'impronta di carbonio dovuta al trasporto. Inoltre, la presenza di distanze così elevate, come 200 km e oltre, potrebbe sollevare dubbi sulla sostenibilità logistica di questi mercatini.

Produttore	Distanza minima (km)	Distanza media (km)	Distanza massima (km)	Mezzo di trasporto
Mercato di Campagna Amica al Circo Massimo	39	94,5	150	furgone
Mercato Contadino Dell'Infernetto	20	70	120	furgone
Mercato Contadino di San Paolo District	50	175	300	furgone

### DISTANZA E MEZZO DI TRASPORTO



## Pratiche sostenibili

Le pratiche agricole sostenibili adottate dai produttori sono descritte in dettaglio: **Altamente sostenibile (54%):** Questi stand rispettano l'ambiente, promuovono pratiche ecologiche e supportano le comunità. La maggioranza degli stand usa metodi che rispettano l'ambiente, minimizzano l'uso di sostanze chimiche e promuovono la rigenerazione delle risorse. Questo riflette una crescente consapevolezza e responsabilità sociale tra i produttori.

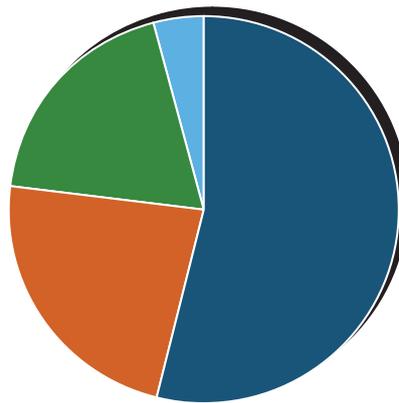
**Moderatamente sostenibile (23%) e Necessita miglioramento (19%):** Circa il 42% degli stand (11) ha bisogno di migliorare per diventare completamente sostenibile. Questo gruppo include 6 stand che sono abbastanza sostenibili ma hanno ancora margini di miglioramento. Mentre il 19% degli stand necessita di miglioramenti significativi per diventare completamente sostenibile.

**Non sostenibile (4%):** I produttori non sostenibili potrebbero danneggiare l'ambiente o non supportare adeguatamente le comunità. Solo 1 stand si è dimostrato non sostenibile, suggerendo che la quasi totalità dei produttori è almeno parzialmente impegnata nella sostenibilità.

## Uso di fonti energetiche

Le fonti energetiche impiegate dai produttori nei mercati contadini di Roma mostrano un misto di rinnovabili e non rinnovabili. L'uso di fonti rinnovabili è prevalente nel 61,5% degli stand, solo il 19% degli stand utilizza ancora fonti non rinnovabili, evidenziando un'area critica per incentivare le energie pulite e ridurre l'impatto ambientale.

## Pratiche agricole sostenibili



**Altamente sostenibile 54%**  
**Moderatamente sostenibile 23%**  
**Necessita miglioramento 19%**  
**Non sostenibile 4%**

**Rinnovabile:** L'utilizzo di questa fonte evidenzia, un impegno rilevante verso la sostenibilità energetica. Tuttavia, l'uso di **impianti fotovoltaici e energia solare** è ancora limitato (solo 1 stand ciascuno), il che indica potenziale per un miglioramento.

**Non rinnovabile:** Circa il 19% degli stand continua a utilizzare fonti energetiche non rinnovabili, un aspetto che potrebbe compromettere gli sforzi di sostenibilità complessiva di questi produttori il che potrebbe essere visto come una barriera verso la piena sostenibilità. Questo dato suggerisce che c'è ancora spazio per politiche di incentivazione all'uso di energie pulite, anche attraverso investimenti in infrastrutture per l'energia solare o altre fonti rinnovabili.

L'analisi mostra che molti produttori stanno adottando pratiche agricole più sostenibili. L'uso del metodo biologico e delle energie rinnovabili sono segnali positivi di un cambiamento culturale verso la sostenibilità. L'analisi di questi

dati evidenzia come i produttori nei mercati contadini stiano adottando pratiche agricole sempre più sostenibili, pur con alcune differenze dovute alle risorse disponibili, all'accesso a certificazioni, e al grado di informazione.

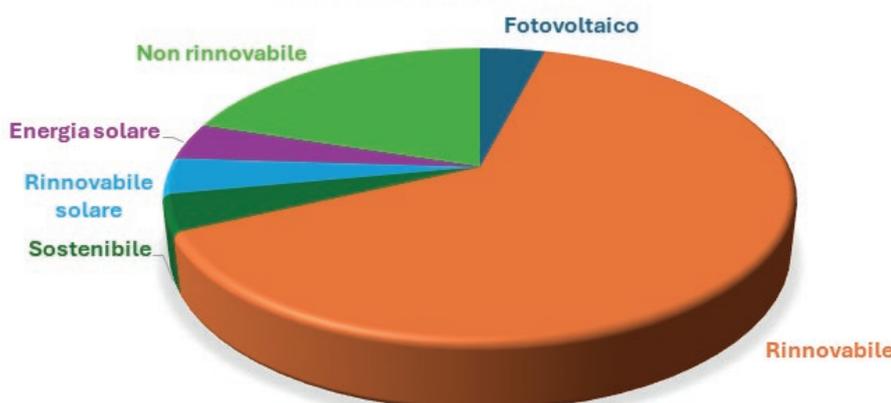
La prevalenza del metodo biologico e l'uso delle energie rinnovabili rappresentano segnali positivi di un cambiamento culturale che risponde alla crescente domanda dei consumatori per prodotti ecologici e a basso impatto ambientale.

Ci sono ancora ostacoli come l'uso di energie non rinnovabili e la lunga distanza dal mercato, che riducono il potenziale sostenibile complessivo. Ridurre le distanze di trasporto, ottenere più certificazioni e aumentare l'uso di energie rinnovabili potrebbero migliorare significativamente la sostenibilità del settore.

Gli stessi produttori hanno suggerito l'importanza di:

- **Sostegno politico e incentivi:** È cruciale offrire agevolazioni fiscali e sussidi per ridurre i costi della produzione biologica. Questo aiuterà i piccoli produttori a competere con le grandi catene di distribuzione.
- **Educazione del consumatore:** È necessario educare i consumatori sui benefici dei prodotti biologici e sostenibili. Le istituzioni locali potrebbero promuovere campagne di sensibilizzazione per mostrare l'importanza di scegliere prodotti a km 0 e biologici.
- **Maggiore visibilità e promozione:** Organizzare eventi comunitari, degustazioni e laboratori può attrarre più pubblico e rendere i mercati economicamente sostenibili. Una maggiore visibilità aiuterebbe a far

## FONTE ENERGETICHE



conoscere i benefici dei mercati contadini e a rafforzare il senso di comunità.

### Analisi dei questionari ai consumatori

*Iordanos Iohannes Naizghi, Alexis Marell Doralye Bouyi Minongo, Williams Joslin Nzondo Tsamba*

In questo sondaggio è stato analizzato come i consumatori valutano i prodotti acquistati, le motivazioni che li spingono a frequentare i mercati, e il loro modo di considerare gli acquisti nei mercati contadini di San Paolo District, Circo Massimo e Infernetto. Tra i vari fattori considerati, troviamo il mezzo di trasporto utilizzato, la qualità e la freschezza dei prodotti, se questi ultimi siano a km0, il sapore, il sostegno ai contadini e le interazioni tra consumatore e venditore.

Le analisi presentano il metodo con cui i consumatori valutano i prodotti abituali, le motivazioni per cui frequentano questi mercati e le loro opinioni sui diversi mercati contadini. Il sondaggio è stato condotto per comprendere le preferenze e la soddisfazione dei consumatori, il tempo impiegato per raggiungere il mercato contadino e la gestione economica e qualitativa dei prodotti acquistati.

Il questionario, dunque, offre elementi utili per considerare l'interesse dei clienti per questi mercati contadini.

La vendita diretta, inoltre, permette ai consumatori di creare delle relazioni con i produttori e di informarsi su ciò che consumano.

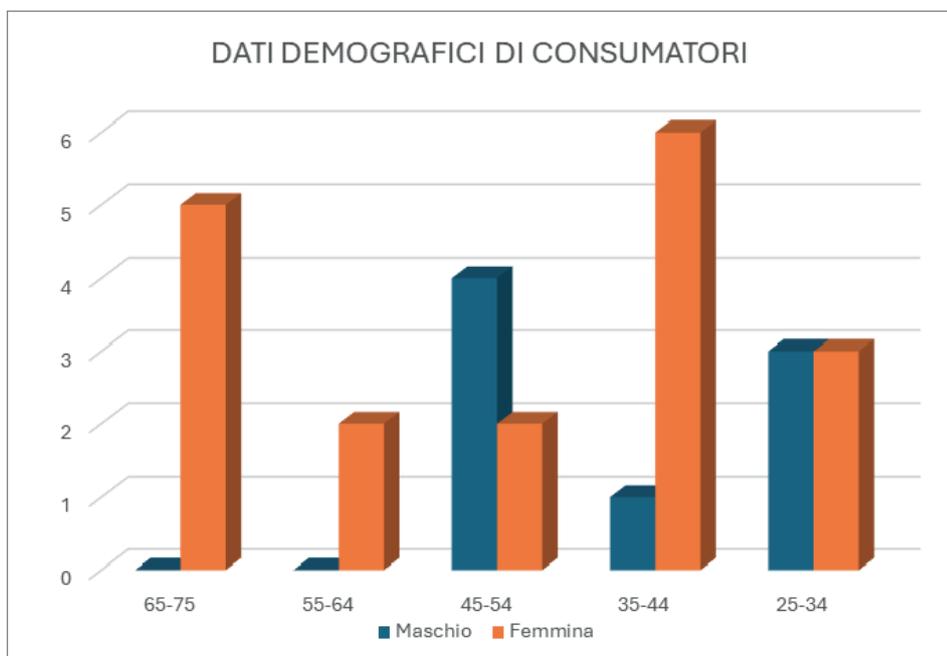
### Dati demografici

Il mercato degli agricoltori attrae un numero significativo di visitatori e clienti abituali durante i giorni di apertura. Questo afflusso di persone è dovuto alla varietà e alla qualità dei prodotti offerti, nonché alla possibilità di acquistare direttamente dai produttori locali. I consumatori possono esplorare un'ampia gamma di bancarelle, ognuna delle quali offre specialità regionali e prodotti tipici.

La ricerca ha coinvolto un campione di 27 consumatori che visitano regolarmente i 3 mercati selezionati con una fascia di età compresa tra 25 e 70 anni.

### Distanza dei consumatori dal mercato e mezzi di trasporto

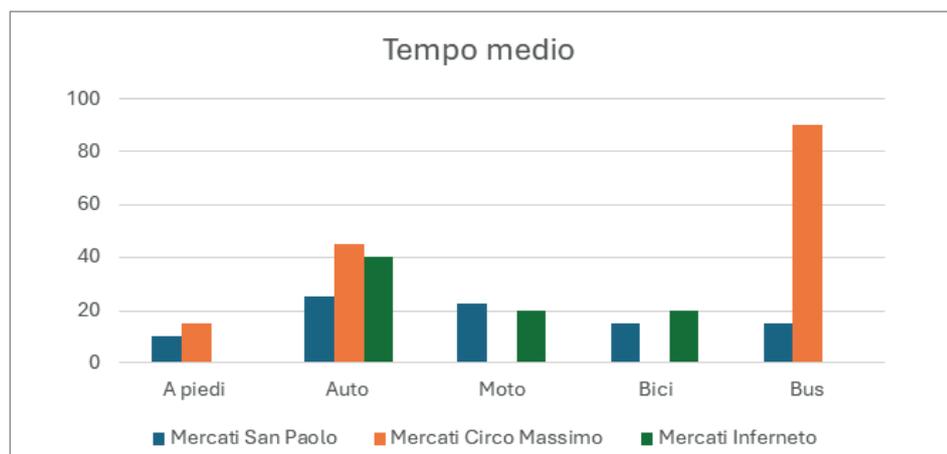
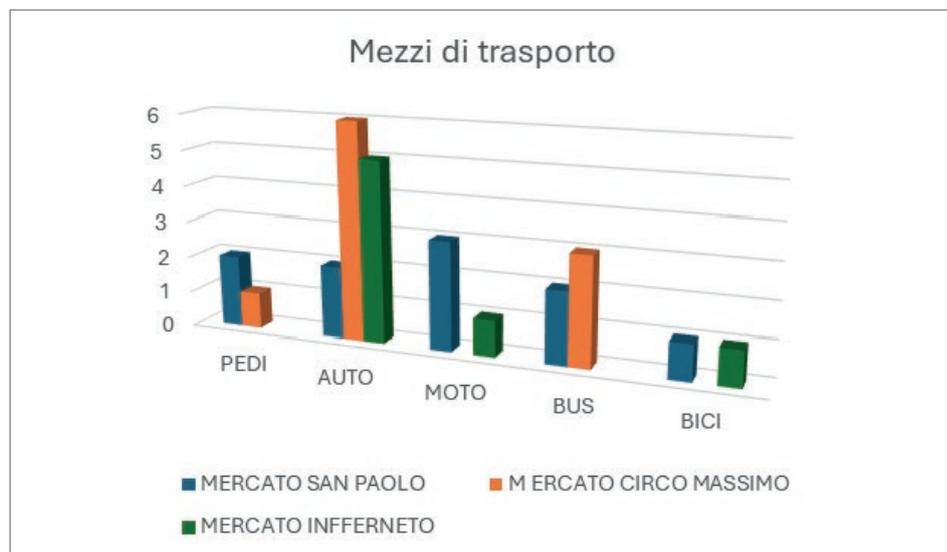
Nel mercato contadino di San Paolo la maggior parte dei consumatori vive a una distanza relativamente breve dal



mercato, 5 minuti, il massimo 30 minuti. Nel mercato di Circo Massimo la maggior parte dei consumatori vive a una distanza relativamente breve dal mercato, il minimo 15 minuti e il massimo 1 ora e 45 minuti. Nel mercato di Infernetto la maggior parte dei consumatori vive a una distanza minima 20 minuti e massima 40.

### Motivazioni dei consumatori

La motivazione dei consumatori nel mercato dei prodotti contadini è influenzata da diversi fattori e tendenze, che possono variare a seconda del contesto culturale, economico e sociale. Ecco alcune delle motivazioni principali che spingono i consumatori a scegliere i



prodotti provenienti dai mercati contadini.

**Qualità e freschezza:** I consumatori spesso acquistano i prodotti nel mercato dei contadini perché sono più freschi e di qualità superiori rispetto a quelli della grande distribuzione. La vicinanza al produttore e la riduzione del tempo dalla raccolta all'acquisto garantiscono un alimento più genuino. La freschezza e la qualità d'un prodotto sono molto apprezzate dai consumatori perché mantengono gli elementi nutritivi e riducono i rischi legati alla salute.

**Sostenibilità e ambiente,** i consumatori sono motivati dall'interesse per pratiche agricole sostenibili. Scegliere prodotti locali significa ridurre l'impatto ambientale legato al trasporto e supportare metodi di coltivazione rispettosi dell'ambiente.

**Supporto all'economia locale.** Acquistare dai produttori contadini significa sostenere l'economia locale e contribuire alla comunità. Questo è importante per molti consumatori che vogliono vedere le loro risorse investite nel loro territorio. I consumatori vogliono sapere di più sul processo di trasformazione del prodotto acquistato e come si conservano i prodotti.

**Trasparenza e tracciabilità.** I consumatori sono sempre più interessati a conoscere l'origine dei cibi che consumano. I mercati contadini offrono maggiore trasparenza rispetto alla filiera alimentare della grande distribuzione, permettendo ai consumatori di interagire direttamente con i produttori e conoscere le pratiche agricole utilizzate.

**Salute e benessere:** La crescente consapevolezza riguardo all'alimentazione sana e naturale spinge i consumatori a preferire prodotti freschi e privi di additivi chimici. Gli alimenti biologici e locali sono spesso percepiti come più salutari.

**Prezzi bassi:** si è osservato che alcuni prezzi di prodotti nel mercato degli agricoltori sono più bassi rispetto ad altri distributori. I prezzi bassi favoriscono tutti i consumatori, ma spesso non sono conosciuti dai consumatori che non frequentano il mercato contadino. I mercati contadini offrono anche una dimensione di socializzazione. Acquistare direttamente dai produttori consente ai consumatori di stabilire relazioni e di sentirsi parte di una comunità più ampia che condivide valori etici.

## Valutazioni dei consumatori sui mercati

I prodotti vengono generalmente percepiti come di alta qualità e freschezza (punteggio di 8-10 per la maggior parte degli indicatori). Un buon numero di consumatori apprezza i prodotti a km zero e biologici o naturali, mostrando una preferenza verso l'acquisto di prodotti sostenibili.

I consumatori valutano positivamente il sapore dei prodotti, con punteggi compresi tra 7 e 10. La maggior parte dei consumatori mostra un buon livello di sostegno per i produttori locali e i prezzi sono percepiti come un punto critico, con alcuni consumatori che li ritengono troppo alti.

**Punti di Forza.** I mercati contadini di San Paolo, Circo Massimo e Infernetto presentano vari punti di forza che li rendono particolarmente apprezzati dai consumatori. Il mercato di San Paolo è rinomato per l'alta qualità e la freschezza dei prodotti locali e biologici, il sostegno attivo ai produttori locali e l'aspetto sociale del mercato, con contadini che offrono un alto livello di supporto e assistenza ai clienti.

Il mercato di Circo Massimo è riconosciuto per la freschezza dei prodotti, la qualità e la biodiversità, offrendo un'ampia varietà di prodotti naturali che creano un'esperienza unica e favoriscono la socializzazione tra consumatori e venditori. Infine, il mercato di Infernetto si distingue per la gentilezza, la cortesia e la disponibilità dei venditori, la qualità dei prodotti freschi e di stagione, il sostegno ai contadini, e le radici culturali e gastronomiche della comunità, che attraggono clienti grazie alla freschezza, ai prezzi bassi, alla buona socializzazione, all'assistenza ai clienti, alla varietà e qualità dei prodotti, e alla valorizzazione dei prodotti locali tramite degustazioni.

**Punti di debolezza.** I tre mercati presi in esame dall'indagine presentano diverse debolezze che ne compromettono l'accessibilità e l'attrattiva. Il mercato di San Paolo soffre di prezzi elevati dei prodotti, dovuti alla vendita diretta e una carenza di parcheggi, con la distanza per raggiungere il mercato che può essere un ostacolo. Il mercato di Circo Massimo è caratterizzato da costi elevati per alcuni prodotti, la presenza di troppa folla e difficoltà di parcheggio, tutti fattori che possono dissuadere

alcuni consumatori.

Anche il mercato di Infernetto presenta costi più elevati dei prodotti, limitando l'accesso a una clientela più ampia, e la distanza dai mercati contadini è un ulteriore deterrente. In generale, tutti e tre i mercati condividono debolezze comuni come prezzi elevati di certi prodotti, mancanza di parcheggio, folla e scarsa frequenza dei mercati.

## Analisi dei prezzi dei Mercati Contadini e di altri distributori

*Reem Georgi*

Dal punto di vista metodologico, sono stati rilevati e confrontati i prezzi di alcuni prodotti campione all'interno dello stesso mercato o di altri punti di distribuzione di media e grande dimensione nelle vicinanze del mercato. Si è individuato il prezzo minimo e il prezzo massimo per ciascun prodotto campione, si è poi calcolato il prezzo medio andando poi a confrontare i valori ottenuti per i mercati contadini con quelli ottenuti per la distribuzione.

L'analisi è stata completata con la rilevazione, tramite intervista, delle preferenze dei consumatori per un certo tipo di mercato piuttosto che per un altro. La raccolta dei dati e le relative interviste ai consumatori si sono svolte in quattro zone-mercato, tre nella città di Roma e una nella città di Formia.

Lo studio nel suo complesso è stato condotto su un campione di 33 prodotti, ma l'elaborazione analitica dei dati è stata effettuata su un campione più piccolo di 8 prodotti che rispondevano a criteri di omogeneità e confrontabilità tra i diversi punti vendita. I prodotti selezionati per l'analisi sono: pesche, meloni, pomodori, peperoni, insalata, manzo, pollo e formaggio.

## Analisi dei prezzi dei contadini

Per quanto riguarda l'analisi dei prezzi all'interno dei singoli mercati contadini, possiamo fare una breve analisi per ciascun mercato ricavando la differenza percentuale tra il prezzo minimo e il prezzo massimo di ciascun prodotto campione rilevato e poi confrontare i mercati tra loro.

Dall'esame dei dati, all'interno dei singoli farmers' market la variazione dei prezzi per gli stessi prodotti in stand diversi non presenta grandi differenze. Fanno eccezione alcuni casi sporadici

## Confronto dei prezzi tra i vari mercati contadini

MERCATI CONTADINI				
Prodotti		Prezzi Medio		
Tipo		SAN PAOLO	CIRCO MASSIMO	INFERNETTO
F	Pesche	-	3,74 €	2,90 €
F	Meloni	-	-	2,50 €
V	Pomodori	2,25 €	6,66 €	3,26 €
V	Peperoni	-	-	3,48 €
V	Insalata	2,04 €	-	2,90 €
C	Carne di manzo	9,94 €	27,88 €	21,50 €
C	Carne di pollo	5,86 €	-	-
L	Formaggio	8,07 €	18,08 €	3,50 €

che riguardano principalmente il confronto dei prodotti campione in termini di tipologia, qualità (biologica o meno), provenienza certificata o non certificata.

Dal confronto tra i prezzi medi di ciascun prodotto campione per ciascun farmers' market rilevato, emerge che in media i prezzi del mercato di Circo Massimo sono significativamente più alti di quelli del mercato di San Paolo e più alti di quelli del mercato dell'Infernetto, anche se non per tutti i prodotti campione.

Per quanto riguarda il farmers' market di Circo Massimo, una spiegazione dei suoi prezzi medi più alti potrebbe essere dovuta alla concomitanza di due fattori: la zona decisamente più residenziale e ricca rispetto alle altre due e la distanza degli altri punti di distribuzione dal mercato contadino.

### Analisi dei prezzi dei punti vendita dell'altra distribuzione

Per quanto riguarda l'analisi dei prezzi dei punti vendita diversi dai mercati contadini, possiamo fare una breve analisi per ciascun mercato ricavando la differenza percentuale tra il prezzo minimo e il prezzo massimo di ciascun prodotto campione rilevato e poi confrontare i punti di distribuzione tra loro.

Dall'esame dei dati relativi ai prezzi

medi per i diversi punti di distribuzione, la variabilità dei prezzi per ogni prodotto è quasi sempre sensibilmente inferiore rispetto ai corrispondenti farmers' market. Ciò può essere spiegato dal fatto che le catene distributive dei vari gruppi hanno gli stessi prezzi dei prodotti in tutte le zone, e i negozi di distribuzione sempre presenti nella zona, allo stesso tempo, tendono a livellare i prezzi sul loro territorio per non competere eccessivamente.

Dal confronto tra i prezzi medi di ogni prodotto campione per ogni area di distribuzione rilevata, si può notare, nonostante l'incompletezza dei dati rilevati, che in media anche i prezzi dell'area di distribuzione del Circo Massimo sono più alti di quelli del mercato San Paolo e più alti di quelli del mercato Infernetto, anche se non per tutti i prodotti campione (le differenze maggiori si hanno per carne e formaggi).

### Interpretazione dei dati presentati

Lo studio esamina le dinamiche dei prezzi di otto prodotti campione nei mercati contadini e nei punti di distribuzione di tre aree di Roma, confrontandoli poi con il mercato di Formia (in provincia di Latina).

I dati esaminati mostrano che nei mercati contadini i prezzi tendono a variare in modo significativo per ogni singolo prodotto, ma generalmente le fluttuazioni rimangono all'interno dello stesso intervallo. In media, le aree residenziali più ricche hanno prezzi più alti, come nel caso del mercato di Circo Massimo, dove fattori come la posizione residenziale e la maggiore distanza dai punti di distribuzione hanno un impatto al rialzo sui prezzi.

I prezzi nei punti di distribuzione mostrano differenze minori tra un punto e l'altro, attribuibili alla standardizzazione dei prezzi imposta dalle catene di distribuzione. In generale, le analisi

## Confronto dei prezzi tra le altre distribuzioni delle diverse zone

ALTRE DISTRIBUZIONI				
Prodotti		Prezzi Medio		
Tipo		SAN PAOLO	CIRCO MASSIMO	INFERNETTO
F	Pesche	-	3,42 €	4,10 €
F	Meloni	-	2,57 €	-
V	Pomodori	3,22 €	3,89 €	2,66 €
V	Peperoni	-	2,50 €	3,90 €
V	Insalata	2,00 €	-	1,39 €
C	Carne di manzo	12,10 €	16,90 €	-
C	Carne di pollo	8,42 €	14,08 €	-
L	Formaggio	16,00 €	14,97 €	17,90 €

rilevano che i mercati contadini di Roma mostrano spesso prezzi medi più alti rispetto alla distribuzione, ma non in tutte le aree.

A Formia, tuttavia, i prezzi di mercato sono decisamente inferiori a quelli della capitale, grazie a un vivace mercato ortofrutticolo locale e a una situazione socioeconomica più modesta rispetto a quella di Roma. Interessante il punto di vista dei produttori dei farmers' market per i quali la maggiore concorrenza è rappresentata dalla distribuzione, che beneficia di una presenza costante e di ampie fasce orarie di servizio al pubblico. Nonostante questo, qualità, produzione sostenibile e tracciabilità dei prodotti sono vantaggi chiave per i mercati contadini, dove i consumatori sono disposti a pagare un prezzo più alto per prodotti locali, naturali e a km zero. Infatti, oltre il 70% degli intervistati preferisce fare la spesa nei farmers' market, valorizzando non solo la qualità e la salubrità dei prodotti, ma anche l'esperienza sociale che il mercato rappresenta, portando a un ritorno alle radici culturali del mercato non solo come luogo di scambio, ma anche di relazione e di esperienza comunitaria.

### Analisi dei prezzi: il confronto tra i Mercati contadini di Roma ed il Mercato contadino di Formia (Provincia di Latina)

Viktorija Ritkevych

Formia è una comune che si trova al sud della Regione Lazio, al confine con la Regione Campania. Storicamente la zona è stata destinata alla produzione agricola e alla villeggiatura della nobiltà romana. Lo sviluppo del territorio e la sua importanza erano dovuti alla via Appia, che dal 312 a.c. è stata strategicamente importante per motivi militari e commerciali. Questo spiegava lo stretto legame della cittadina con Roma. Il clima mite dovuto all'influenza marina, con vicinanza delle montagne, crea delle condizioni particolari e favorevoli per l'agricoltura. La produzione dei piccoli coltivatori contadini con il tempo ha lasciato spazio ad aziende agricole di più grandi dimensioni che rifornivano i prodotti richiesti sull'intero territorio italiano. Il Mercato Ortofrutticolo di Formia è di livello europeo.

Per questi motivi, il confronto tra i mercati contadini nelle zone metropolitane di Roma ed il caso del mercato

contadino di Formia, in una zona così vocata all'agricoltura, è particolarmente interessante. In questo contesto, infatti, il mercato contadino presenta dei prezzi che possono soddisfare anche le richieste degli strati sociali economicamente svantaggiati o deboli. Nel paragone con i supermercati, il mercato dei contadini di Formia presenta lo stesso livello dei prezzi, ma con un netto vantaggio rispetto a:

- la freschezza del prodotto considerato "a chilometro zero";
- la relativa convenienza economica dovuta alla filiera più breve;
- la presenza di prodotti coltivati con delle particolari tecniche storico-tradizionali;
- la presenza di prodotti coltivati con tecniche definite "bio" o ecosostenibili.

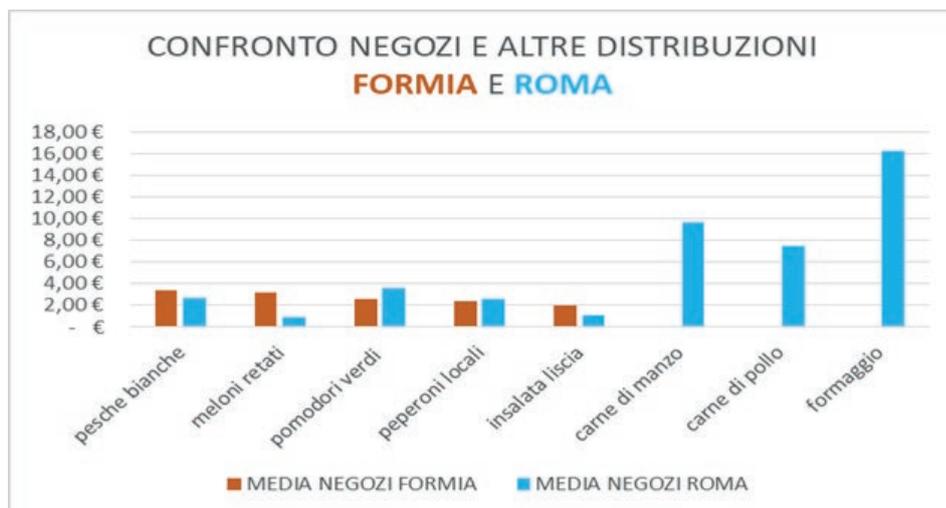
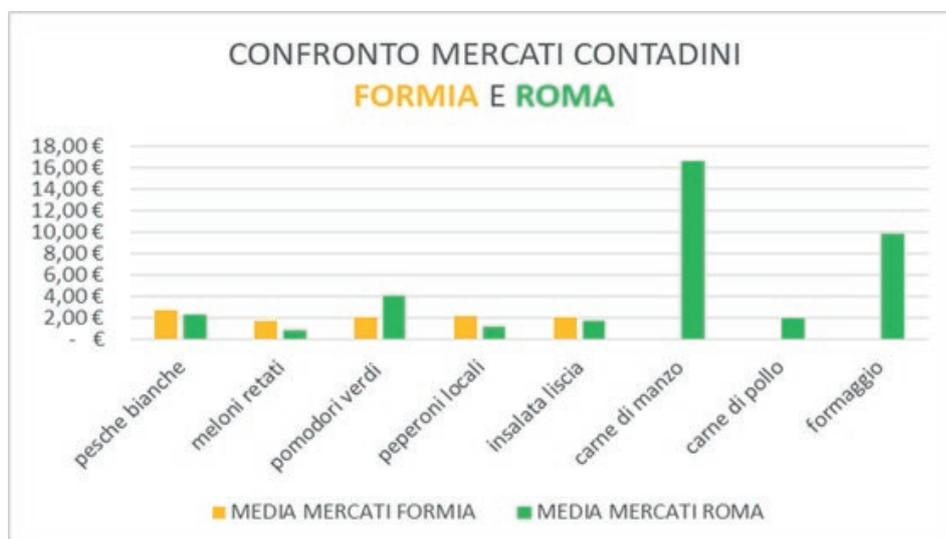
La convenienza dei prezzi del mercato dei contadini riflette l'accorciamento dei passaggi dalla produzione alla vendita, la vicinanza del produttore al posto delle vendite dirette. I vantaggi dei supermercati sono: l'orario continuativo, l'apertura nei weekend e nei giorni festivi, su cui

i contadini del mercato risultano svantaggiati.

Il confronto tra i prezzi dei mercati di contadini a Roma e a Formia mostra prezzi più favorevoli nel mercato di Formia. Consideriamo che la distanza media dal mercato contadino dichiarata dai contadini che portano i prodotti agricoli a Roma coincide con la distanza alla quale si trova Formia, circa 90-100 km, che è una zona di produzione. Dunque la variazione dei prezzi tra le due località può essere legata alle spese di trasporto.

Paragonando i prezzi tra i supermercati di Roma e di Formia, si può notare, invece, che sono molto simili. Questo spinge a pensare che tale regolazione dei prezzi sia dovuta alla gestione delle catene di supermercati che tendono a garantire omogeneità di prodotti e di prezzi sull'intero territorio della regione. La differenza la fanno dunque i prezzi dei mercati contadini nelle diverse località, che a Roma sono mediamente superiori.

Oltre al valore dei prodotti, si può immaginare anche un'altra forma di



concorrenza tra i mercati contadini e l'altra distribuzione rispetto alla relazione con i clienti e con la comunità, che può spingere anche gli altri punti vendita a migliorare il servizio ai consumatori.

## **Discussione dei risultati**

*Mulumebet A. Kassa*

L'obiettivo generale dello studio era esaminare il ruolo attuale dei Mercati Contadini a Roma e individuare le possibilità di ulteriore sviluppo. Particolare attenzione è stata data all'analisi della sostenibilità economica, ambientale e sociale dei produttori ed è stata inclusa anche l'analisi delle caratteristiche, motivazioni, percezioni e preferenze dei consumatori.

I risultati dei dati raccolti e analizzati hanno mostrato che i Mercati Contadini svolgono un ruolo importante come componente integrale del sistema alimentare della Capitale. Il Mercato Contadino non solo facilita le vendite dirette dai produttori ai consumatori, ma rappresenta anche un'area di incontro culturale e sociale che migliora i legami comunitari. L'analisi dei dati dimostra che il Mercato Contadino contribuisce significativamente a promuovere pratiche agricole sostenibili e a sostenere l'economia locale.

## **Impatto Economico e Sostenibilità**

L'analisi economica è stata condotta utilizzando la griglia di osservazione e la breve intervista con i produttori-venditori. Attraverso l'analisi dei prezzi dei prodotti agricoli presso i diversi stand di vendita del mercato contadino scelto e altri canali di distribuzione, si evidenziano le differenze di prezzo che i consumatori pagano per ogni singolo prodotto. I prezzi del mercato contadino per la maggior parte dei prodotti sono più alti rispetto a quelli di altri canali di distribuzione, ma non in tutti i casi o per tutti i prodotti.

La differenza di prezzo è influenzata da diversi fattori, ma principalmente la qualità dei prodotti e la posizione del mercato. Sebbene questo possa rappresentare una barriera per alcuni consumatori, molti apprezzano la qualità e l'approvvigionamento locale, e spesso sono disposti a pagare di più per i benefici percepiti in termini di qualità e sostenibilità. Il confronto con il mercato di Formia indica che i fattori economici

regionali influenzano significativamente i prezzi. Il mercato di Formia offre prezzi inferiori probabilmente a causa del costo della vita più basso e della vicinanza alle aree di produzione.

L'analisi economica non si limita alla differenza di prezzo, ma considera anche l'importanza del metodo di vendita diretta, che accorcia la filiera e migliora le relazioni tra produttori e consumatori. Queste relazioni possono costruire fiducia tra i consumatori e i produttori e i produttori possono essere incoraggiati a lavorare sulla soddisfazione dei consumatori. In questo modo, il mercato contadino diventa essenziale per sostenere le economie locali.

Un altro fattore che l'analisi economica indica è che il mercato contadino fornisce ai produttori margini di profitto più elevati grazie all'eliminazione degli intermediari. L'approccio di vendita diretta consente agli agricoltori di trattenere una quota maggiore del denaro dei consumatori. Dall'analisi dei dati, si osserva che quasi il 60% dei produttori ha riportato di ottenere margini di profitto migliori attraverso le vendite dirette. Ciò indica che il mercato contadino promuove la resilienza economica tra i piccoli agricoltori.

## **Produzione e Sostenibilità Ambientale**

I mercati contadini a Roma svolgono un ruolo importante nella promozione di pratiche agricole sostenibili e arricchiscono l'economia e le comunità locali. Le risposte dei produttori indicano un promettente spostamento verso pratiche agricole biologiche e sostenibili.

Gli agricoltori utilizzano diversi metodi di coltivazione che possono essere considerati sostenibili, come quelli biologici, biodinamici e ecologici, dimostrando un'elevata sensibilità al tema. Dall'analisi dei dati risulta che il 46% degli agricoltori utilizza il metodo di produzione biologico. Tuttavia, il 31% degli agricoltori si affida ancora ai metodi convenzionali.

La presenza di certificati di sostenibilità tra alcuni venditori indica un impegno verso pratiche agricole rispettose dell'ambiente. Avere un certificato per le pratiche agricole è importante per i produttori per costruire una forte relazione con i consumatori. L'indagine sui consumatori rivela che qualità e freschezza sono le principali motivazioni all'acquisto presso il mercato contadino.

I consumatori esprimono una forte preferenza per i prodotti locali. Questo è dovuto alla crescente tendenza verso abitudini alimentari sane e sostenibili. Dai dati raccolti e analizzati, solo il 61,5% degli agricoltori possiede un certificato. Questo sembra indicare che esiste una barriera per ottenere la certificazione di pratiche di produzione sostenibili, il che nel lungo periodo può influire sulla fiducia tra produttori e consumatori.

Sebbene ci sia un forte impegno verso pratiche di produzione sostenibili tra i produttori, esistono ancora molti margini di miglioramento affinché l'intero processo possa essere considerato pienamente sostenibile. In particolare, in termini di distanza dai mercati, che raggiunge in media i 94 km. Questo solleva preoccupazioni riguardo l'impronta di carbonio associata al trasporto delle merci ai mercati, sottolineando la necessità di politiche che promuovano filiere più corte e approvvigionamento locale.

Il metodo di produzione ha un impatto diretto e indiretto sull'ambiente. La sostenibilità ambientale è stata esplorata attraverso l'analisi della produzione, dell'uso dell'energia e del trasporto. I risultati mostrano che c'è una crescente consapevolezza e attenzione di produttori e consumatori verso prodotti sostenibili e biologici. Il cambiamento nel comportamento dei consumatori indica un maggiore interesse verso pratiche che rispettano l'ambiente.

La maggior parte dei prodotti offerti sono locali e a chilometro zero, riducendo l'impatto ambientale legato al trasporto e supportando la biodiversità locale. La promozione della produzione a chilometro zero contribuisce alla riduzione delle emissioni di carbonio associate al trasporto, rendendo i mercati contadini un esempio di economia circolare e sostenibile.

## **L'Impatto Sociale del Mercato Contadino**

Il mercato contadino rappresenta un importante punto di riferimento sociale per la comunità locale. La forte partecipazione dei produttori e l'interazione diretta con i consumatori creano significativi legami sociali. I mercati contadini a Roma fungono da vitali centri di aggregazione dove i membri della comunità possono interagire tra

loro e con i produttori. I dati qualitativi delle interviste a produttori e consumatori hanno sottolineato l'importanza di queste interazioni per rafforzare il senso di appartenenza alla comunità e l'identità locale.

La composizione demografica dei consumatori intervistati e osservati mostra una buona diversità in termini di età e genere. La varietà di età e generi tra i consumatori significa che i mercati contadini hanno un'attrattiva trasversale. Tuttavia, è stato osservato che c'è una minore rappresentanza di gruppi come i giovani e le famiglie a basso reddito, che ancora rischiano di non avere accesso a questi mercati. Si tratta di una questione importante, che deve essere affrontata dai responsabili delle politiche locali e dagli organizzatori del mercato contadino.

Coinvolgere i giovani agricoltori è importante per il futuro dei mercati contadini. È essenziale organizzare eventi di formazione, creare programmi di mentorship e fornire informazioni sui finanziamenti. Promuovere l'uso delle tecnologie digitali, organizzare eventi di networking e utilizzare i social media può aiutare i giovani agricoltori a connettersi e condividere esperienze. Collaborare con le autorità e i responsabili delle politiche per sviluppare politiche e offrire opportunità di leadership e riconoscimenti può fare una grande differenza.

I mercati non solo forniscono prodotti freschi ma migliorano anche la coesione sociale, che è un aspetto essenziale della vita urbana. Inoltre, la valorizzazione delle specialità regionali aiuta a mantenere vive le tradizioni culinarie locali. Durante il periodo di raccolta dati di questa ricerca, è stato osservato un evento sociale organizzato nel mercato contadino del Circo Massimo. Gli eventi sociali e culturali all'interno del mercato arricchiscono l'esperienza dei visitatori sulla comprensione dei diversi metodi di produzione, delle nuove tradizioni culinarie e favoriscono la socializzazione con altre persone.

Per aumentare la consapevolezza e la responsabilità sociale tra i visitatori, è importante organizzare workshop e attività educative. I temi possono concentrarsi sull'educazione di produttori e consumatori riguardo le pratiche di produzione sostenibili, la qualità del cibo e l'importanza di supportare l'economia locale.

## Conclusione

I mercati contadini a Roma, come il Mercato Campagna Amica al Circo Massimo, il Mercato Contadino di San Paolo District e il Mercato Contadino di Infernetto, esemplificano l'impatto positivo di questi mercati sulla sostenibilità economica, sociale e ambientale. Offrono una gamma diversificata di prodotti freschi, di alta qualità e prodotti localmente, supportando l'agricoltura su piccola scala e preservando le pratiche agricole tradizionali. I mercati fungono anche da punti di incontro sociali e culturali, fornendo spazi educativi per sensibilizzare il pubblico sulla qualità degli alimenti e sull'importanza di supportare l'economia locale.

Il Mercato Contadino è un esempio virtuoso di come cibo e comunità possano unirsi per creare un impatto positivo, promuovendo la produzione locale e le tradizioni gastronomiche romane/italiane. Tuttavia, è importante adottare azioni strategiche come migliorare l'infrastruttura dei parcheggi e mantenere i costi competitivi per attrarre più clienti.

La ricerca fornisce preziose intuizioni sul ruolo del mercato contadino nella capitale Roma, ma presenta limiti dovuti alla sua dipendenza da metodi qualitativi, che potrebbero non catturare pienamente l'impatto economico e il comportamento dei consumatori. Studi futuri dovrebbero ampliare la dimensione del campione e includere misure quantitative per una migliore comprensione del contributo economico dei mercati contadini.

In generale, i risultati di questa ricerca sottolineano l'importanza di promuovere

i mercati contadini e le pratiche agricole sostenibili per costruire un sistema alimentare resiliente e compatibile con l'ambiente.

## Riferimenti bibliografici

- ARELLANO F.C.,  
*Ecologia Integrale e diplomazia dei valori*, Rubbettino, 2024
- CORBETTA P.,  
"Metodologia e Tecniche della Ricerca Sociale", Mulino, Bologna, 2014
- FAO,  
"Sustainable Food Systems Concept and Framework." *FAO*, Rome, 2018
- FAO,  
"Youth and agriculture: Key challenges and concrete solutions", Rome, 2014
- IFAD,  
*What is a Food System?* <https://www.ifad.org/en/food-systems>
- ROSSI A., BRUNORI G., F. GUIDI F.,  
"I mercati contadini: un'esperienza di innovazione di fronte ai dilemmi della crescita", in *Rivista di Diritto Alimentare*, Anno II, Numero 3, 2008
- UNIDROIT/FAO/IFAD,  
*Legal Guide on Contract Farming*. Rome 2015, <https://www.unidroit.org/wp-content/uploads/2021/06/Contract-farming-legal-guide.pdf>
- LEGGE 1 APRILE 2022, n. 30.  
*Norme per la valorizzazione delle piccole produzioni agroalimentari di origine locale*. (22G00040) (GU Serie Generale n.94 del 22-04-2022)  
<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2022/04/22/22G00040/sg>  
Per la Mappatura:  
[https://www.google.com/maps/d/edit?mid=16dl\\_6SzGYOX92NqknjM8M-b0012vMk0&usp=sharing](https://www.google.com/maps/d/edit?mid=16dl_6SzGYOX92NqknjM8M-b0012vMk0&usp=sharing)

