



2° Numero
Osservatorio sul mondo agricolo
Enpaia-Censis

**L'agricoltura nella seconda
ondata, tra resistenza e
rilancio**

Roma, 7 dicembre 2020

Indice

1. L'agricoltura tra seconda ondata e oltre	3
1.1. Il senso del secondo numero	3
1.2. La trincea del buon cibo oltre la pandemia e i suoi effetti	3
1.3. I principali risultati in pillole	5
2. L'agricoltura nella seconda ondata: tra impatto economico e nuovi desideri emergenti	7
2.1. Conseguenze economiche	7
2.1.1. Il tracollo annunciato della ristorazione, punta della filiera del cibo	7
2.1.2. <i>Stress-test</i> Covid-19: per ora, con fatica, l'agricoltura <i>sta tenendo</i>	7
2.2. Il cibo sempre al centro	8
2.2.1. Consolarsi mangiando	8
2.2.2. La voglia delle piccole cose quotidiane	9
3. Il cibo sostenibile richiede un'agricoltura sostenibile	11
4. L'agricoltura nella società <i>post Covid-19</i>	12
4.1. Motore della società desiderata	12
4.2. Perché giocherà un ruolo decisivo	12
4.2.1. Centrale nella lotta al cambiamento climatico	12
4.2.2. Garantisce il cibo sostenibile	13
4.2.3. Rende il sistema alimentare sostenibile	13
4.2.4. Fondamentale per le sempre più importanti aree rurali	14
5. Oltre i ristori, sì agli incentivi per la buona agricoltura	15
Tabelle e figure	16

1. L'AGRICOLTURA TRA SECONDA ONDATA E OLTRE

1.1. Il senso del secondo numero

Il secondo numero dell'*Osservatorio sul mondo agricolo Enpaia-Censis* continua il racconto sul mondo agricolo e i suoi protagonisti nell'anno del Covid-19.

Se nel primo numero è stato certificato il valore economico e sociale *aumentato* della filiera agroalimentare, nel presente numero sono delineati l'impatto del Covid-19 sulla filiera e la sua relativa tenuta e, poi, soprattutto quel che l'agricoltura e i suoi protagonisti potranno essere e fare nell'Italia post-pandemica.

1.2. La trincea del buon cibo oltre la pandemia e i suoi effetti

Blindati in casa, col divieto di frequentare ristoranti e pubblici esercizi, sottoposti a restrizioni delle forme di relazionalità, gli italiani non hanno rinunciato a rilanciare la centralità del cibo nel nostro stile di vita.

Dai primi momenti del *lockdown*, ai mesi dell'apparente ritrovata libertà alle nuove restrizioni da seconda ondata, fino alle festività incluse, mangiare bene in famiglia è stata la grande consolazione, origine di un microbenessere con cui combattere ansie e paure.

Una trincea di buon cibo, ad oggi poco compresa, che molto ha contribuito alla tenuta degli italiani. Mangiare bene in casa per combattere il virus: non una cura per il corpo, ma per la mente. Ed ha funzionato.

Così, nell'anno della caduta a due cifre delle variabili economiche, sono aumentati la spesa alimentare domestica e gli acquisti nei negozi di vicinato, nel mentre gli italiani hanno dosato con maestria i criteri funzionali a mettere in tavola cibo sano e sostenibile.

Sicuro, di qualità, tracciabile, genuino e, se possibile, conveniente: questo è il cibo che gli italiani vogliono in tavola e questo è il cibo che la nostra agricoltura e la filiera del cibo già oggi sono state in grado di garantire.

Se il cibo è così importante per gli italiani, non è solo perché rende la vita migliore con momenti di microfelicità essenziali in tempi ostili e

incomprensibili, ma perché incarna valori essenziali, quelli della sostenibilità, che per gli italiani dovranno essere a fondamento della società post-pandemica.

I nostri agricoltori garantiscono prodotti nutrienti e salutari, dalla biografia trasparente, coltivati senza pesticidi e con metodiche a basso impatto ambientale e poi, compatibilmente con la qualità, venduti a prezzi convenienti.

Prima e meglio degli altri settori, l'agricoltura ha dunque preso di petto la sfida della sostenibilità, ancora più prioritaria per gli italiani di ogni età dopo l'esperienza della pandemia.

Gli italiani attribuiscono all'agricoltura il duplice merito di aver dato un grande contributo alla lotta al riscaldamento globale e di essere il soggetto che più rende sostenibile il sistema alimentare del nostro paese. E poiché per gli italiani il futuro non potrà non essere sostenibile, ecco che l'agricoltura avrà un ruolo di primo piano.

Infatti, non è più testimone muta del passato, ma volto del futuro che verrà, anzi che *dovrà venire*, con una buona coesistenza tra diritti delle persone, tutela dell'ambiente e benessere economico diffuso.

Dopo la pandemia, gli italiani si aspettano una quotidianità in cui tornare a godere di tante piccole cose, di solito date per scontate e ora tanto desiderate. Tra esse, decisive quelle fatte in relazione con gli altri, tra le quali al cibo spetta sempre e comunque un posto di primo piano nel tanto invidiato stile di vita italiano.

Quel cibo che la nostra agricoltura riesce a garantire: per questo gli italiani vogliono che al più presto si passi dai ristori per le imprese in difficoltà agli incentivi per quelle, in particolare agricole, che praticano e vogliono praticare sempre più criteri e metodiche sostenibili.

Nella società post-pandemica si vivrà meglio tutti se, finalmente, a protagonisti e valori dell'agricoltura saranno riconosciuti il ruolo e le risorse che si sono conquistati attraverso la forza dei risultati.

1.3. I principali risultati in pillole

Restrizioni, abitudini cambiate, tracollo della ristorazione: eppure l'agricoltura tiene meglio di industria e servizi. -40%: ecco il buco atteso di fatturato della ristorazione a fine anno, tra *lockdown* e seconda ondata. Una crisi epocale che non finirà automaticamente quando il virus sarà sconfitto, poiché 15,4 milioni di italiani sono convinti che non torneranno a mangiare fuori casa, almeno non subito. È uno dei lasciti del Covid-19, che ci ha cambiato per sempre, anche a tavola. Più cibo in casa, meno fuori casa. La crisi della ristorazione minaccia anche l'agricoltura, minandone la tenuta mostrata sinora: infatti, al primo semestre 2020 il valore aggiunto è sceso del -3,8% reale rispetto al 2019, mentre si registra -18,9% per l'industria e -10% per i servizi. Nel lavoro, al secondo trimestre 2020 in agricoltura si ha -8% di rapporti di lavoro attivati rispetto al 2019 (-31.124 in termini assoluti), -44,5% per il totale economia.

Emergenza e oltre: il cibo sempre centrale per gli italiani. Nei giorni del Covid-19 si è rinnovata la centralità sociale del cibo, con l'aumento della spesa alimentare domestica del +2,3% reale (nell'anno del crollo delle altre variabili economiche e del consumo) e il decollo verticale di alcuni prodotti tipici del mangiare in casa con il +12% della pasta, +16% del riso e poi +16,2% della birra, +9,3% dei vini, +11,1% della frutta, +12,2% degli ortaggi. E con la pandemia vi è stato il *boom* degli acquisti presso i riscoperti negozi tradizionali di prossimità, certificato dal quasi +31% delle vendite. Comprare nel negozio di fiducia nei pressi di casa, riempire borse della spesa, dispense e frigoriferi, sono rientrati nell'alveo del quotidiano di tante famiglie, piacevole consolazione per giorni difficili. Di fatto, per il 47,4% degli italiani il cibo è stato una formidabile arma di autodifesa, per garantire il proprio benessere psicofisico e per dare espressione ai loro valori che riflettono la loro identità e a cui tengono molto. E andando oltre il tempo della pandemia, al vertice di quel che gli italiani non vedono l'ora di fare si collocano il poter godere di tante piccole cose del quotidiano (40,9%) e ricostruire aspetti della vecchia vita (29,9%): in entrambi i casi, sono decisive le attività con epicentro il rapporto con il cibo.

Mangiare bene = mangiare "sano e sostenibile". I criteri con cui gli italiani scelgono gli alimenti esprimono i valori che il cibo deve rispettare e, quindi, i requisiti di produzione e distribuzione a cui devono attenersi i soggetti della filiera. Nella spesa alimentare su tutto vince la sicurezza degli alimenti (58%), poi la tracciabilità per verificarne la provenienza (40%), il gusto (35%), i contenuti nutrizionali (35%) e, solo dopo, il costo (31%). Cibo sicuro, dalla biografia trasparente, buono, salutare e, tenuto conto di questi

aspetti, anche conveniente: ecco la qualificata alimentazione richiesta dal consumatore italiano, che può provenire solo da una filiera del cibo e da una agricoltura capaci di praticare la sostenibilità, di essere tracciabile, di rendere disponibili prodotti di qualità. Ecco il profilo della nostra agricoltura, come emerge da preferenze e valori degli italiani a tavola.

L'agricoltura ci cambierà la vita in meglio. Se Greta sembra un ricordo lontano, la sostenibilità ambientale e delle comunità resta per il 95,5% degli italiani la priorità per il futuro prossimo. Più ancora, per gli italiani la società *post Covid-19* o sarà sostenibile o non sarà. Per il 90,6% l'agricoltura ne è già oggi il motore, visto che per il 60% ha dato sinora un contributo importante nella lotta al cambiamento climatico. Inoltre, essa è decisiva per le aree rurali che secondo il 93% degli italiani saranno molto più importanti nel prossimo futuro. Del resto già oggi l'agricoltura consente agli italiani di *mangiare sostenibile* con prodotti nutrienti e salutari (51%), non trattati con pesticidi (40%), di origine locale (28%), dal prezzo per tutti accessibile (22%), realizzati con metodi e tecniche a basso impatto ambientale (19%). Agricoltura e sostenibilità sono strettamente legate e per gli italiani gli agricoltori (50%) sono il soggetto che più di tutti rende sostenibile il nostro sistema di produzione alimentare, più di industria alimentare (47%), governo nazionale (45%), amministrazioni regionali (35%) e istituzioni europee (31%).

Oggi ristori, domani incentivi. Più risorse all'agricoltura sostenibile. La seconda ondata rende i ristori statuali vitali per tante imprese, nel post-pandemia gli italiani vogliono più soldi per le imprese che fanno meglio delle altre. Così, il 93,7% degli italiani è favorevole a dare aiuti alle imprese agricole che investono in sostenibilità, intesa come tutela dell'ambiente e delle comunità (5,9% è contrario, l'1% è incerto). Il 92,3% dice sì a ridurre le tasse alle imprese per favorire gli investimenti in economia verde e circolare. Gli italiani apprezzano l'economia sostenibile, ritengono che l'agricoltura ne sia il motore e vogliono che i soldi pubblici siano orientati di conseguenza: più soldi a chi più contribuisce ad una economia sostenibile.

2. L'AGRICOLTURA NELLA SECONDA ONDATA: TRA IMPATTO ECONOMICO E NUOVI DESIDERI EMERGENTI

2.1. Conseguenze economiche

2.1.1. Il tracollo annunciato della ristorazione, punta della filiera del cibo

Con la seconda ondata è iniziata una nuova stagione di limitazioni e chiusure obbligate, con duri colpi all'economia che sta tramortendo, in particolare la ristorazione che, nel 2020, avrà -40% di fatturato rispetto al 2019.

Un buco che non sarà colmato automaticamente quando l'emergenza sarà finita, visto che 15,4 milioni di italiani che hanno rinunciato a mangiare fuori casa nei mesi della pandemia son certi che non torneranno a farlo quando tutto sarà finito, almeno non subito.

È uno dei lasciti della pandemia nel rapporto degli italiani con il cibo, che pubblici esercizi, imprese agricole e altri soggetti della filiera dovranno affrontare.

Infatti, i consumi domestici ad oggi non riescono a compensare la caduta del fuori casa.

2.1.2. *Stress-test Covid-19: per ora, con fatica, l'agricoltura sta tenendo*

Quale l'impatto che Covid-19 ha avuto sull'agricoltura? Carezza di manodopera a causa delle restrizioni, taglio dei fatturati per il calo di vendite dei settori collegati, crisi degli agriturismi: ecco solo alcuni dei moltiplicatori degli effetti economici sul mondo agricolo. I principali indicatori economici dicono che:

- nel primo semestre del 2020 il valore aggiunto del settore agricolo segna -3,8% reale, dato di gran lunga inferiore a quello di industria (-18,9% reale) e servizi (-10% reale);

- nel secondo trimestre 2020, il saldo tra rapporti di lavoro attivati è pari a +75.179, con 358.149 nuovi rapporti di lavoro: rispetto al 2019, sono diminuiti dell'8% (-31.124 in termini assoluti), mentre sul totale economia il calo è stato del -44,5%;

Ne emerge un quadro che, al netto del rallentamento inevitabile rispetto alla intensa crescita dell'agricoltura nel *pre Covid-19*, consente di dire che il settore primario *sta tenendo* o, almeno, che sta tenendo meglio degli altri settori.

2.2. Il cibo sempre al centro

2.2.1. Consolarsi mangiando

Nell'anno della caduta a doppia cifra delle variabili economiche e dei consumi, la spesa alimentare domestica è aumentata del +2,3% reale nell'anno.

Certo c'è lo *shift* parziale dal fuori casa crollato al domestico, in ogni caso è la conferma importante della rinnovata attenzione al cibo e della sua centralità sociale. Quali che siano le regole alle quali adattarsi, gli italiani innestano al centro del proprio stile di vita il rapporto con il cibo: ecco il senso sociale di questo *boom*.

Infatti, per il 47,4% degli italiani il cibo è stato in questi mesi una formidabile arma di autodifesa: così hanno acquistato cibi essenziali per il proprio benessere psicofisico e per dare espressione a valori ai quali più tengono e che ne riflettono l'identità.

Dal *lockdown* alle nuove restrizioni, alla fin fine mangiare bene in famiglia aiuta: è l'origine di un microbenessere di cui gli italiani oggi hanno assoluto bisogno. Non a caso, *star* del *lockdown* è stata la farina, con vendite decollate a tre cifre per dolci fatti in casa e per tutti i mesi dell'emergenza e anche pasta (+12%), riso (+16%), vino (+9,3%) e birra (+16,2%) hanno continuato a crescere, così come frutta (+11,1%) e ortaggi (+12,2%). E poi gli acquisti dei salumi da tenere pronti in frigo per snack estemporanei, cibo di reazione a voglie estemporanee di *food*. Gli italiani hanno costruito una trincea alimentare a tutela del benessere psicologico, prima ancora che materiale.

Gli italiani hanno inoltre ritrovato la via dei negozi tradizionali, che hanno registrato un *boom* colossale di vendite: +30,7% nel primo semestre 2020

rispetto al 2019. A vincoli e restrizioni gli italiani hanno reagito rilanciando la prossimità, tornata componente essenziale del quotidiano.

2.2.2. La voglia delle piccole cose quotidiane

Pur nella pressione dell'emergenza, le notizie su vaccini e cure stimolano a guardare oltre, a verificare le cose che gli italiani bramano fare quando tutto sarà finito.

Su tutto, prevale il desiderio di tornare a godere delle piccole cose, quelle quotidiane, minute, di solito date per scontate (40,9%), poi ricostruire il prima possibile la vecchia vita (29,9%), viaggiare tanto (25,9%), riparare i danni economici subiti (22,6%), far coesistere vecchie e nuove abitudini assunte in questo periodo (ad esempio, il ricorso al web, lo stare di più in casa) (22,4%) e infine realizzare un progetto o un sogno nel cassetto (20,3%) (tab. 1).

Colpisce che al vertice dei desideri *sul dopo* ci sia il valore delle *cose minute e di ogni giorno* che riempiono i momenti più consueti e che, nella frenesia di vite concitate, sono di solito poco apprezzate, mentre con la pandemia il loro valore reale è d'improvviso decollato.

Incontrare amici e conoscenti, parlare di se e del mondo, mescolarsi con gli altri senza timori: tutte attività pervase dal desiderio di tornare alla socialità, alla convivialità, ai momenti di relazionalità con gli altri che da sempre nell'*Italian style* hanno il cibo al centro.

Agli italiani manca tanto la relazionalità ampia a tavola, intorno al buon cibo, all'aperitivo o a un bicchiere di buon vino, da godere nelle abitazioni se gli esercizi pubblici danno ancora problema.

È la microfelicità quotidiana delle piccole cose, così importante nella società pre Covid-19 e che oggi diventa desiderio collettivo. Il Dio delle piccole cose vince su tutto.

Anche nel riferimento alla *ricostruzione della vecchia vita* non c'è tanto il letterale tornare a fare tutto come si faceva prima del Covid-19, piuttosto la voglia di ricominciare a fare cose che, nei mesi dell'emergenza, sono state vietate e si spera rientrino presto nella sfera del fattibile.

Altro desiderio del dopo pandemia degli italiani può essere all'origine di uno straordinario *boost* per il settore dei viaggi e, in connessione, per una parte della filiera del turismo.

Una quota di questa domanda ora compressa si rivolgerà all'estero, però anche le nostre economie locali e l'attualmente martoriato settore del turismo ne beneficeranno, a cominciare da quel turismo localistico nei grandi come nei piccoli comuni centrato sull'enogastronomia che motiva molteplici vacanze brevi che gli italiani con intelligenza hanno imparato a fare più volte nel corso dell'anno.

3. IL CIBO SOSTENIBILE RICHIEDE UN'AGRICOLTURA SOSTENIBILE

Il cibo, la cucina, la spesa per alimenti se hanno ricevuto una ancora più alta attenzione dagli italiani è anche perché hanno continuato ad incarnare valori significativi, come nel *pre Covid-19*. Non solo quindi una necessaria funzione consolatoria in tempi drammatici, ma un veicolo di cose che sono importanti per le persone.

Non a caso, la scelta dei cibi in questi mesi è fondata su criteri che richiamano valori precisi, e che connotano produzione e distribuzione alimentare: infatti, il 58% degli italiani acquista gli alimenti valutando eventuali rischi per la propria salute, il 40% per la tracciabilità che consente di controllare la provenienza, il 35% per il sapore, gusto, il 35% per i contenuti nutrizionali e il 31% per il costo (fig. 1).

La spesa alimentare al tempo della pandemia è orientata al *mangiare sostenibile e sano*, cosa che richiede un'agricoltura capace di garantire la sicurezza della salute, la tracciabilità, la qualità, la salubrità e, anche, la convenienza.

In altri termini, si può dire che per rispondere al desiderio degli italiani di avere sulla tavola cibi dalla biografia trasparente, genuini, salutari e, per quanto possibile, a prezzi abbordabili occorrono una filiera del cibo e una agricoltura che sanno praticare la sostenibilità.

Così si delineano i profili della agricoltura e della filiera del cibo italiana che anche nell'emergenza hanno garantito sulle tavole alimenti in linea con le preferenze e i valori delle persone.

4. L'AGRICOLTURA NELLA SOCIETÀ *POST COVID-19*

4.1. Motore della società desiderata

Che futuro si aspettano gli italiani nel *post Covid-19* e, più ancora, verso quale società vorrebbero si andasse? Il 95,5% indica come criterio ordinatore primario la sostenibilità ambientale e sociale (tab. 2). In estrema sintesi si può dire che la società post-pandemica *o sarà sostenibile o non sarà*, con numeri che spazzano via la previsione di una sostenibilità ormai desueta e marginale nella *public opinion* a causa dell'emergenza sanitaria.

Di questa società sostenibile del dopo Covid-19, per il 90,6% degli italiani un motore sarà l'agricoltura: e le percentuali di chi condivide tale opinione restano uguali o superiori al 90% trasversalmente a territori e gruppi sociali (tab. 3).

4.2. Perché giocherà un ruolo decisivo

4.2.1. Centrale nella lotta al cambiamento climatico

Per il 60% degli italiani l'agricoltura ha dato sinora un contributo molto importante alla lotta al cambiamento climatico (fig. 2). La media relativa all'insieme dei paesi Ue è inferiore, pari al 55%.

Tema salito alla ribalta, conquistando i più giovani anche grazie all'attivismo della svedese Greta, il riscaldamento globale è in questa fase la criticità principale per una società sostenibile.

Da qui l'importanza del riconoscimento da parte della maggioranza degli italiani del ruolo cruciale che sinora l'agricoltura ha svolto contro il cambiamento climatico. Ed è un'ulteriore prova del fatto che nella percezione collettiva e nella realtà l'agricoltura e i suoi protagonisti sono già ora interpreti della sostenibilità, che richiede azioni *ad hoc* e, in generale, il passaggio verso nuovi modelli produttivi e di consumo.

4.2.2. Garantisce il cibo sostenibile

Altra ragione che rende l'agricoltura motore della sostenibilità sta nella sua capacità di garantire già oggi agli italiani gli alimenti sostenibili che vogliono sulla tavola. Così l'agricoltura pratica sostenibilità, non si limita ad auspicarla.

E gli italiani reputano sostenibili i prodotti nutrienti e salutari (51%), quelli coltivati senza l'uso di pesticidi (40%), prodotti localmente (28%), dal costo per tutti accessibile (22%) e realizzati con metodi e tecniche a basso impatto ambientale (19%) (fig. 3).

Qui e oggi, quindi, l'agricoltura mostra che la sostenibilità che va incontro ai desiderata dei cittadini è possibile: per questo, pur nelle tante difficoltà, è considerata pioniera della società che si vorrebbe.

Imprese e imprenditori agricoli non sono più nella percezione collettiva degli italiani il volto di economie del passato, ma quello di protagonisti in atto dell'economia e della società del prossimo futuro.

4.2.3. Rende il sistema alimentare sostenibile

L'agricoltura sostenibile, poi, per gli italiani è merito degli agricoltori più di ogni altro soggetto.

Infatti, il 50% dei cittadini indica gli agricoltori come il soggetto che più contribuisce a rendere il nostro sistema alimentare sostenibile, collocandoli ai vertici di una graduatoria in cui sono seguiti da altri soggetti variamente coinvolti e responsabili nella filiera, quali l'industria alimentare (47%), il governo nazionale (45%), le amministrazioni regionali (35%) e le istituzioni europee (31%) (fig. 4).

La complessità della filiera del cibo non nasconde ai cittadini lo specifico contributo degli agricoltori, che già dagli inizi degli anni Novanta hanno modificato progressivamente la propria cultura aziendale introiettando i grandi temi della sostenibilità ambientale e del rispetto degli ecosistemi, oltre che dei diritti di chi lavora e della sovranità del consumatore.

Una lunga marcia improntata a valori che non sono più di nicchie ristrette, perché entrati nei motori di formazione del senso comune, e che gli italiani vogliono siano pervasivi della società *post Covid-19*.

4.2.4. Fondamentale per le sempre più importanti aree rurali

Il 93% degli italiani pensa che le aree rurali siano molto o abbastanza importanti per il nostro futuro così come lo è l'agricoltura, da cui fondamentalmente dipende il futuro di tali aree (fig. 5). C'è stato un tempo in cui i flussi di persone, imprese, valori economici convergevano verso i grandi agglomerati urbani, lasciando via via spogli e impoveriti i territori rurali.

Poi pian piano si è assistito ad una riscoperta del valore della ruralità, sia pure innervata da pratiche e stili di vita contemporanei.

Fenomeno dapprima di nicchia, di piccoli e privilegiati gruppi sociali, è progressivamente diventato fenomeno di massa, con i nuovi turismi e un certo ritorno dei giovani all'imprenditorialità agricola e della filiera del cibo.

L'esperienza della pandemia con i suoi divieti e vincoli e, più ancora, con l'accelerazione del digitale nel lavoro e nelle molteplici attività del quotidiano ha innalzato le opportunità di vivere stabilmente in territori rurali, piccoli comuni dell'entroterra e della montagna.

Ambienti in cui l'agricoltura resta l'asse portante di economia e società, altro aspetto che la proietta nel futuro, dopo decenni in cui è stata inchiodata incolpevolmente al ruolo di testimone muta del passato.

5. OLTRE I RISTORI, SÌ AGLI INCENTIVI PER LA BUONA AGRICOLTURA

L'emergenza sta tenendo sotto pressione interi settori economici in cui è alto il rischio di uno *tsunami* di fallimenti aziendali con relativa grave perdita di posti di lavoro.

Tuttavia, quel che viene deciso e fatto in questo periodo avrà ripercussioni decisive per il prossimo futuro ed è pertanto opportuno dare uno sguardo al dopo già in questi tempi drammatici e incertissimi.

Al di là della indiscutibile esigenza di ammortizzare gli impatti sociali della crisi economica indotta dall'emergenza sanitaria, è importante anche capire dal punto di vista degli italiani se vi siano provvedimenti particolarmente apprezzati anche per gli impatti futuri che potrebbero avere. A questo proposito emerge che (tab. 4):

- il 93,7% degli italiani è favorevole a dare aiuti alle imprese agricole che vogliono investire sulla sostenibilità, cioè che utilizzano tecniche, strumenti e metodi che rispettano l'ambiente, solo il 5,9% è contrario ed un 1% che è invece incerto;
- il 92,3% dice sì a ridurre le tasse a chi investe in economia verde e circolare, favorendo produzioni che riducono e/o eliminano scarti, differenziano le fonti di approvvigionamento, recuperano e riciclano i materiali massimizzando il valore d'uso dei prodotti di consumo.

Oltre ai ristori come scialuppa per chi sta affogando a causa delle restrizioni contro il virus, gli italiani mostrano di apprezzare particolarmente quei provvedimenti che supportano chi già oggi opera con le logiche e i valori della società sostenibile.

Per certi versi, è un consenso implicito, e tuttavia di grande importanza, al passaggio che pian piano diverrà inevitabile dai sussidi per tutti quelli che non ce la fanno alle *spinte gentili* a beneficio di coloro che invece stanno scommettendo sul futuro sostenibile.

L'agricoltura è, per gli italiani, il settore in cui le imprese più e meglio degli altri settori hanno saputo camminare nella direzione giusta.

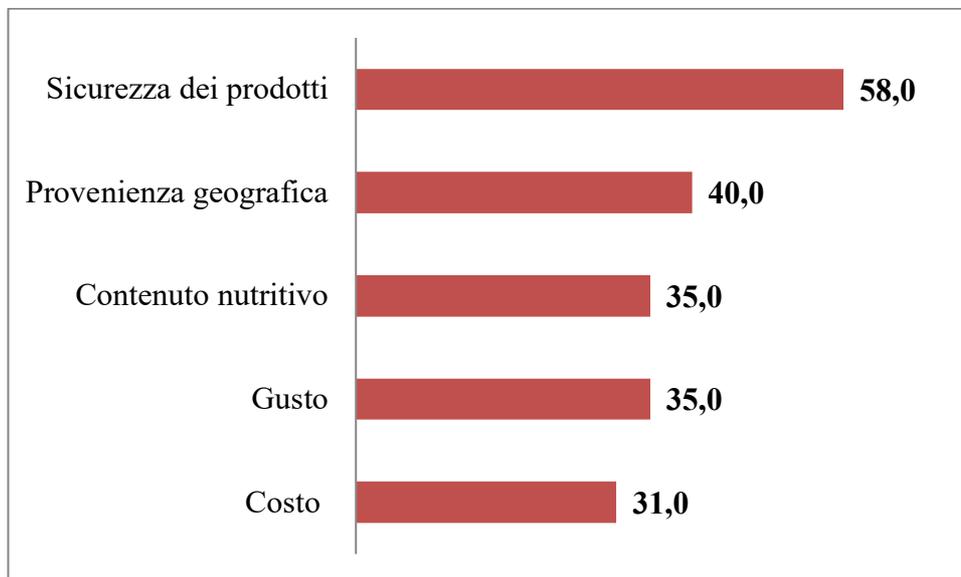
TABELLE E FIGURE

Tab. 1 – Alcune cose che più caratterizzeranno la vita degli italiani dopo la pandemia e la crisi economica, per titolo di studio (val. %)

<i>Quali dei seguenti aspetti caratterizzeranno la sua vita dopo la pandemia e la crisi economica?</i>	%
Godere anche delle piccole cose, di solito date per scontate	40,9
Ricostruire il prima possibile la vecchia vita	29,9
Viaggiare tanto	25,9
La necessità di riparare i danni economici subiti	22,6
Far coesistere le vecchie abitudini con le nuove prese in questo periodo (ad esempio, il ricorso al web, lo stare di più in casa, ecc.)	22,4
Un progetto/sogno da realizzare	20,3
Reinventarmi professionalmente, nel lavoro	13,1
Tuffarmi nelle relazioni con gli altri	12,2
Frequentare locali di ogni tipo	3,2

* Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte
 Fonte: indagine Censis 2020

Fig. 1 – Gli aspetti che gli italiani reputano più importanti nell’acquisto di prodotti alimentari nei mesi dell’emergenza (val. %)



Fonte: elaborazione Censis su dati Eurobarometro 2020

Tab. 2 – Italiani che considerano una priorità la sostenibilità per la società *post Covid-19*, per titolo di studio (val. %)

<i>Per Lei, costruire nel futuro una società più sostenibile è prioritario, o comunque importante?</i>	Al più la licenza media	Diploma	Laurea o oltre	Totale
Sì, lo è	94,4	95,8	95,5	95,5
No, non lo è	3,2	3,4	4,1	3,6
Non saprei	2,4	0,8	0,4	0,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

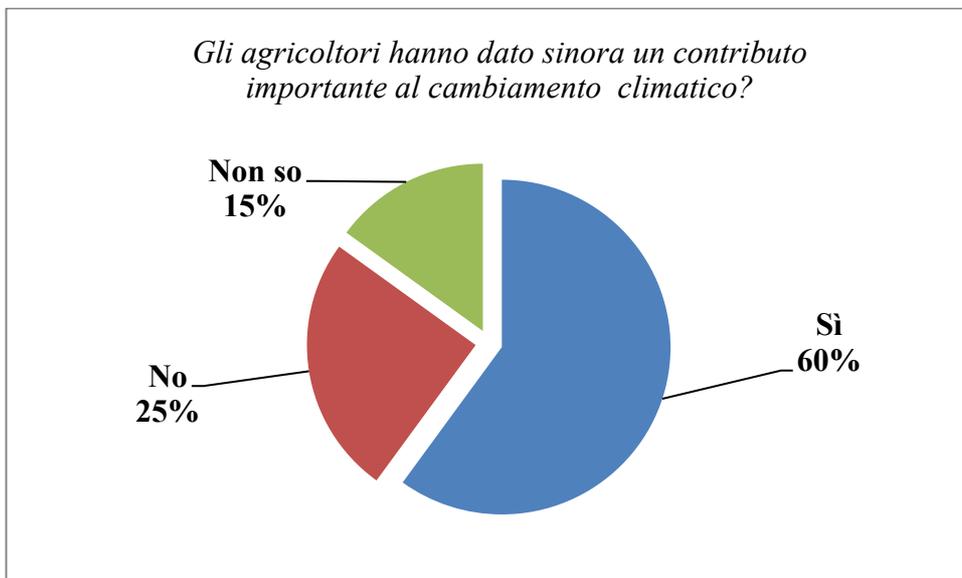
Fonte: indagine Censis 2020

Tab. 3 – Italiani per cui l’agricoltura è motore della società sostenibile nel *post Covid-19*, per area geografica (val. %)

	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud e Isole	Totale
Si	91,9	91,3	88,9	90,2	90,6
No	8,1	8,7	11,1	9,8	9,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

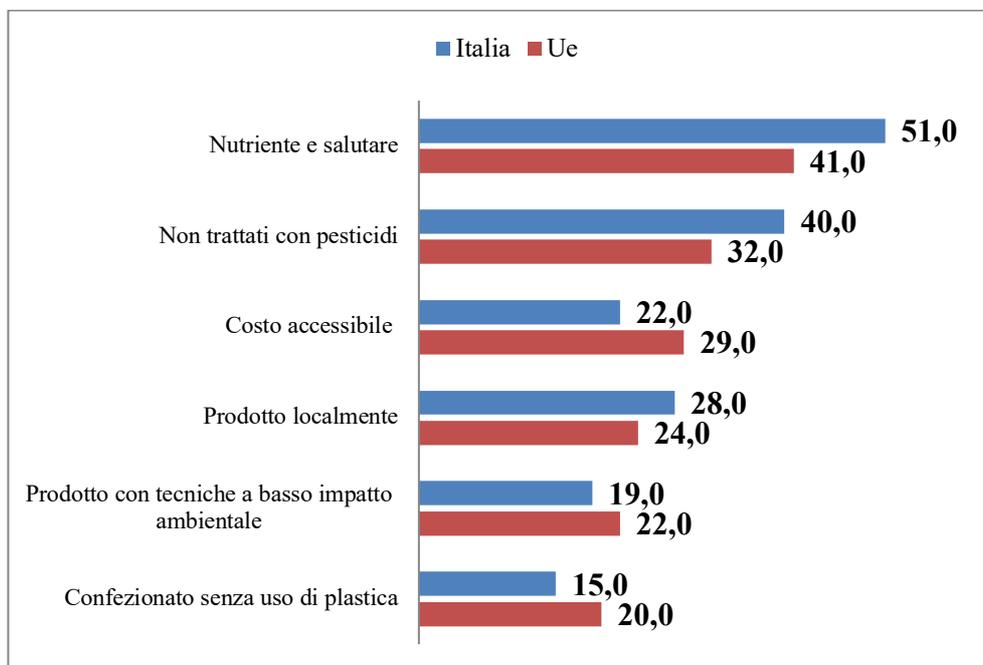
Fonte: indagine Censis 2020

Fig. 2 – Il contributo degli agricoltori nella lotta al cambiamento climatico (val. %)



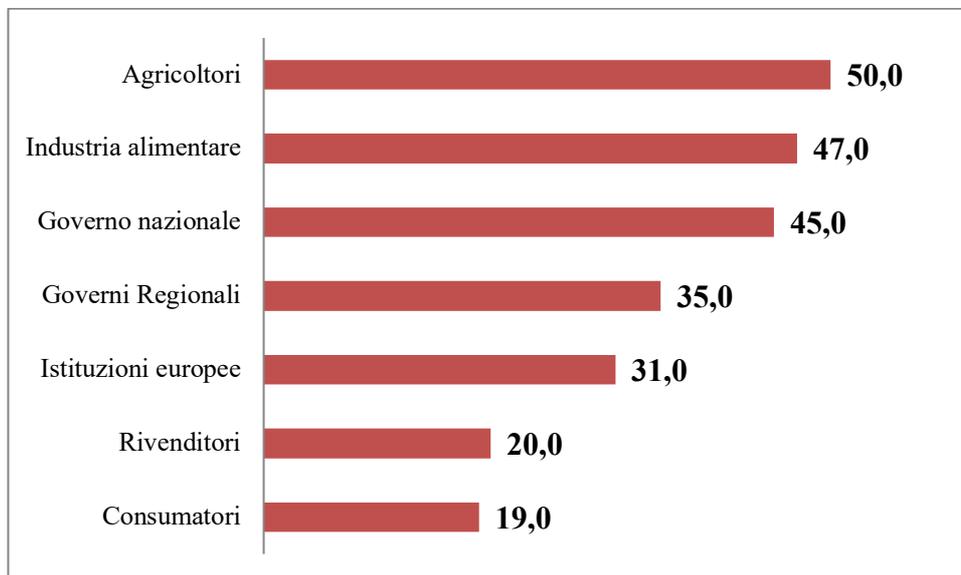
Fonte: elaborazione Censis su dati Eurobarometro 2020

Fig. 3 – Le principali caratteristiche del *cibo sostenibile*: confronto Italia e media Ue (val. %)



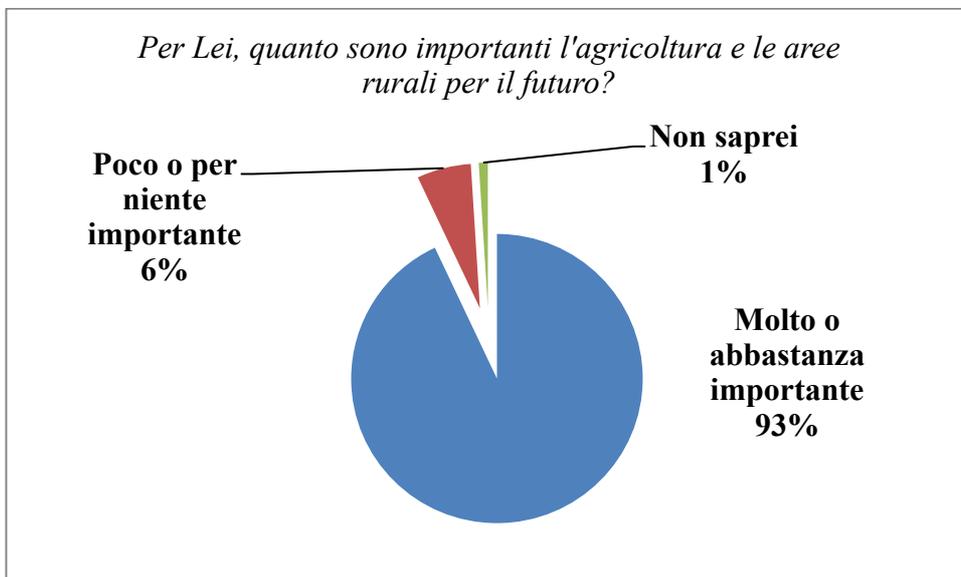
Fonte: elaborazione Censis su dati Eurobarometro 2020

Fig. 4 – Graduatoria dei soggetti che più rendono il sistema alimentare italiano sostenibile, (val. %)



Fonte: elaborazione Censis su dati Eurobarometro 2020

Fig. 5 – L'importanza dell'agricoltura e delle aree rurali per il futuro
(val. %)



Fonte: elaborazione Censis su dati Eurobarometro 2020

Tab. 4 – Il sostegno alla buona agricoltura sostenibile nel *post Covid-19*, per età (val. %)

<i>Italiani per cui</i>	18-34 anni	35-64 anni	65 anni e oltre	Totale
È giusto dare aiuti alle imprese agricole che vogliono investire nella sostenibilità	91,7	92,5	97,5	93,7
Bisognerebbe applicare (meno tasse a chi investe nell'economia verde e circolare	88,7	92,7	94,2	92,3

Fonte: indagine Censis 2020