

La patata di Martinengo “diventa” anche digitale

Già cinque le aziende che la coltivano con una produzione annua di circa 2.500 quintali



E' una piccola produzione di nicchia, di grande qualità e legata a un

preciso territorio della provincia bergamasca, ma grazie alle potenzialità della rete è facilmente reperibile da tutti. La pregiata Patata di Martinengo infatti non conosce confini e sta raggiungendo ogni parte d'Italia. Le richieste arrivano tramite web, grazie al canale di e-commerce avviato dall'Azienda agricola Gatti di Martinengo.

“Poiché grazie al nostro sito Internet ci pervenivano molte richieste anche da fuori provincia - spiega Franco Gatti, titolare dell'azienda con le cugine Maria Grazia e Gabriella - abbiamo deciso di sperimentare questa modalità di vendita, sfruttando le nuove tecnologie informatiche. I risultati non sono tardati ad arrivare. Abbiamo mandato le nostre patate praticamente in tutte le regioni, anche in Sicilia e Sardegna. C'è grande interesse per la Patata di Martinengo con il marchio DE.CO. (Denominazione Comunale) ma anche per la Viola del benessere, che con il suo colore particolare suscita molta curiosità”.

Expo è ormai imminente e il mondo agricolo si sta attivando per farsi conoscere e presentarsi con tutte le sue eccellenze, anche di nicchia, ai numerosi visitatori che arriveranno nel nostro Paese.

La Patata di Martinengo, dopo essere stata dimentica per molto tempo, sta ora vivendo un momento di forte rilancio. Attualmente sono 5 le aziende che la coltivano con una produzione annua di circa 2.500 quintali.

“Abbiamo iniziato alcuni anni fa riproporre questa varietà di patata strettamente legata alla realtà del comune dove risediamo – precisa Gatti – e subito abbiamo riscosso non solo il consenso dei consumatori ma anche del mondo dell’enogastronomia, che l’ha eletta da subito protagonista tra i fornelli, favorendone la conoscenza. L’avvio del canale e-commerce ha rappresentato un ulteriore tassello del progetto messo in campo dalla nostra azienda per ampliare il nostro panorama produttivo”.

Da recenti dati del Censis si evince che la spesa alimentare sulla Rete cresce in controtendenza alla crisi che ha provocato un drastico crollo nei consumi. Un trend in costante ascesa, anche in prospettiva, se si considera che quasi un terzo del totale di chi sceglie la Rete per comperare prodotti alimentari (2,4 milioni di persone) ha un’età compresa tra i 18 e i 34 anni.

“La vendita tramite Internet non è ancora molto diffusa tra le imprese agricole – sottolinea Coldiretti Bergamo – ma è certamente un’opportunità interessante da esplorare, in quanto permette a chi vende di raggiungere nuovi mercati e a chi compra di gustare a casa le tante specialità dei vari territori italiani senza doversi spostare”.

Nonostante la vendita di alimentari sul web presenti ancora alcuni elementi di perplessità, come la preoccupazione per la sicurezza di effettuare pagamenti su Internet, fino alla conservabilità dei alimenti in vendita e ai timori di vedersi recapitare prodotti con caratteristiche diverse da quelli scelti (problema facilmente superabile con l’invio di campioni prova), le opportunità sono molto interessanti.

“Internet con tutte le sue applicazioni – conclude Coldiretti Bergamo – si sta rivelando utilissimo. A reinterpretare l’agricoltura tradizionale nell’era digitale sono soprattutto i giovani, che grazie alle loro conoscenze informatiche, ma anche alla diffusione di nuovi strumenti come smartphone e tablet, stanno dando vita a una filiera corta “telematica”. Con Expo alle porte ci auguriamo che grazie a questa nuova tendenza si possa creare un legame anche con i tanti visitatori che dopo essere stati all’Esposizione Universale torneranno nei proprio luoghi di residenza con la possibilità però di mantenere un filo diretto con il territorio che li ha ospitati. Proprio con questa finalità abbiamo creato il portale www.bergamoexpo.it che oltre alle Patate di Martinengo promuove altre prelibatezze della nostra agricoltura e l’ospitalità agrituristica”.