

Innovazione: la tecnologia a favore delle filiere corte

La pandemia Covid ha dimostrato che l'uso di nuovi strumenti digitali come i social media, le piattaforme Ict e le applicazioni per dispositivi mobili sono sempre più importanti per rafforzare i legami tra aree rurali e urbane, tra produttori e consumatori, le interconnessioni urbano-rurali, tra produttori e consumatori ed evitare interruzioni lungo la catena del valore agroalimentare in tempi di crisi. Non fa certo eccezione l'applicazione Campagna Amica, che è stata oggetto di una iniziativa pilota condotta da Coldiretti, con il supporto di Ager, della fondazione Campagna Amica e dell'Università di Parma, nell'ambito del progetto di ricerca [Strenght2Food](#). Nel corso dell'iniziativa, è stata condotta una attività di promozione dell'applicazione finalizzata a favorire la conoscenza della filiera corta e dei mercati contadini. Nonostante le modifiche all'attività imposte dal Covid, i risultati dell'azione hanno evidenziato la capacità delle applicazioni mobili di supportare lo sviluppo delle filiere corte, generando nuove intuizioni sul ruolo di questo tipo di strumenti in tempi di insicurezza alimentare e crisi. I risultati della iniziativa pilota mostrano, infatti, che l'applicazione "Campagna Amica" ha contribuito ad aumentare la conoscenza dei consumatori su diversi temi legati all'agricoltura, come nutrizione, sostenibilità, filiera corta, origine e qualità del cibo. Ha inoltre consentito ai consumatori di conoscere le ricette locali e tradizionali, favorendo un senso di identità culturale e di appartenenza a un territorio. L'applicazione è stata particolarmente apprezzata dai consumatori, soprattutto urbani, come strumento per sentirsi più vicini agli agricoltori e per consentire la fiducia nei prodotti degli agricoltori. Nel contesto della pandemia, poi, l'applicazione ha svolto un ruolo cruciale nel rafforzare i legami tra consumatori e produttori nonostante le regole di distanziamento sociale e la chiusura dei mercati contadini, ed è stata utilizzata come via per esprimere solidarietà ai produttori locali. Ha, inoltre, favorito un aumento del consumo locale, grazie a un accesso facilitato alle informazioni sui mercati e sugli agricoltori locali più vicini, nonché alla possibilità di interazioni dirette tra consumatori e produttori, che ha portato in particolare allo sviluppo delle funzionalità di consegna a domicilio. Quanto emerso dall'iniziativa pilota, insieme alla lunga esperienza di Coldiretti e Campagna Amica nello sviluppo della filiera corta, è stato poi elaborato sotto forma di raccomandazioni ai policy makers e ai rappresentanti del mondo agricolo, rivolte in particolare ai paesi partner del progetto e disponibili nel report complessivo del progetto accessibile al seguente link <https://bit.ly/3dN0kxY>.