

Dal progetto Strength2Food una guida per lo sviluppo delle filiere corte

In che misura le filiere corte contribuiscono alla sostenibilità? E come si può rafforzare tale contributo? Sono queste le due principali domande a cui la guida realizzata nell'ambito del progetto [Strength2Food](#), a cui ha partecipato anche Coldiretti con il supporto di Ager, cerca di dare risposta. Un lavoro che sintetizza i risultati delle attività di ricerca quanti-qualitativa e sperimentazione finanziate dal programma H2020, e che propone delle raccomandazioni accompagnate da esempi di buone pratiche raccolti in tutta Europa, tra cui quella di Campagna Amica. Una visione comunemente condivisa è che le filiere corte possono rafforzare la posizione degli agricoltori lungo la filiera e contrastare pratiche commerciali sleali, fornendo al contempo un maggiore valore aggiunto, contribuendo allo sviluppo economico locale e operando in modo più responsabile dal punto di vista sociale e ambientale. Dal punto di vista dei consumatori, inoltre, le filiere corte rappresentano un mezzo per accedere a prodotti di alta qualità, freschi e di provenienza locale, nonché un modo per contribuire alla vita sociale delle comunità locali. In un circolo virtuoso, le filiere corte stimolano l'interesse dei consumatori per il valore e le origini del cibo e rafforzano le relazioni sociali, che a loro volta stimolano il ricorso alle filiere corte. In tale contesto, una grande opportunità viene fornita dagli strumenti di comunicazione e interazione più innovativi, come l'applicazione Campagna Amica, oggetto di una azione pilota proprio nell'ambito del progetto, che viene illustrata nella guida. L'applicazione, infatti, ha contribuito ad aumentare la conoscenza da parte dei consumatori su una molteplicità di aspetti legati all'agricoltura: dalla nutrizione, alla sostenibilità, all'origine, all'identità culturale del cibo. Ed è stata particolarmente apprezzata dai consumatori, soprattutto urbani, come strumento per sentirsi più vicini agli agricoltori e per creare fiducia nei prodotti degli agricoltori. Allo stesso tempo, essa ha svolto un ruolo cruciale nel contesto della pandemia, facilitando l'interazione tra consumatori e produttori nel momento in cui le regole di distanziamento sociale e la chiusura dei mercati contadini rischiavano di allentare tale legame. Attraverso esempi reali e pratici come quello di Campagna Amica, [la guida \(leggi\)](#), intende aiutare i professionisti e i policy maker a mettere in piedi strategie sempre più sostenibili di sviluppo delle filiere corte.