IL PUNTO COLDIRETTI
GIORNALE DI INFORMAZIONE PER LE IMPRESE DEL SISTEMA AGROALIMENTARE
[www.ilpuntocoldiretti.it]

Made in Italy: Coldiretti Campagna Amica, 1200 mercati contadini nelle città, 86% italiani ne vorrebbe uno vicino

Sono 1200 i mercati contadini aperti nei centri cittadini, con una presenza sempre più diffusa che favorisce, con nel caso del mercato coperto di Torino il recupero di edifici e aree abbandonate, dando vita a un progetto culturale capace di unire cibo, architettura e identità urbana in un unico spazio vivo e aperto alla città. Ad affermarlo sono Coldiretti e Fondazione Campagna Amica in occasione dell'inaugurazione del farmers market, con il taglio del nastro avvenuto alla presenza, tra gli altri, del presidente di Coldiretti Ettore Prandini del segretario generale Vincenzo Gesmundo, oltre alla presidente di Fondazione Campagna Amica Dominga Cotarella, la presidente di Coldiretti Piemonte Cristina Brizzolari, il presidente di Coldiretti Torino Bruno Mecca Cici, il delegato confederale Bruno Rivarossa, il direttore di Coldiretti Torino Carlo Loffreda, Alberto Barile, Direttore Operativo e Rapporti Istituzioni e Media del Torino Calcio, e l'ex calciatore bianconero Claudio Marchisio, oggi produttore vinicolo Coldiretti.

Un evento che cade nella settimana delle finali Atp con i big del tennis, Italiano, da Sinner a Musetti, e che ha visto l'inaugurazione del mercato preceduta da due appuntamenti organizzati a Casa Gusto con protagonisti proprio i produttori di Campagna Amica. Il farmers market è ospitato nei locali dell'ex Cinema del Corso, gioiello liberty del centro piemontese, distrutto da un incendio nel 1980 e ora restituito alla fruizione della città. Accanto al mercato vero e proprio, la struttura propone anche un'enoteca e spazi per lo street food, oltre a un ristorante a km zero di prossima apertura. La struttura torinese rappresenta il simbolo di un progetto che punta sui mercati contadini per rivitalizzare il tessuto urbano come veri e propri poli culturali del cibo naturale che vanno al di là della sola vendita di prodotti. Un'opportunità sostenuta in Italia da una rete che coinvolge 15mila aziende che ogni anno incontrano oltre 15 milioni di consumatori. Si tratta del circuito di vendita diretta dei prodotti agricoli più grande d'Europa, non a caso divenuto un modello a livello mondiale per lo sviluppo di filiere locali, capaci di promuovere l'occupazione nei Paesi più poveri. Un fenomeno che è entrato nelle abitudini di consumo degli italiani, tanto che l'86% dei cittadini vorrebbe uno vicino casa, nella sua città, con una percentuale che sale addirittura al 93% nelle regioni del Centro, secondo una ricerca Noto Sondaggi.

Non a caso l il Codacons ha assegnato il premio "Amico del Consumatore 2025" alla Fondazione di Campagna Amica riconoscendo l'impegno nella difesa dei cittadini e dei consumatori. "La vendita diretta nei mercati contadini rappresenta molto più che una semplice innovazione agricola: è una leva per responsabilizzare l'intera filiera, promuovendo la trasparenza, l'origine territoriale, il prodotto locale, la consapevolezza nel consumo e la lotta agli sprechi – ha dichiarato il presidente di Coldiretti Ettore Prandini -. Favorisce la sostenibilità, rafforza i legami di comunità e stimola nuove opportunità economiche per produttori e consumatori". "Grazie al sistema Campagna Amica, ai nostri mercati contadini e all'obbligo di indicare l'origine in etichetta, abbiamo ridato dignità a migliaia di produttori stringendo al contempo un'alleanza forte con i cittadini consumatori sui temi della sana alimentazione, della sostenibilità, della Dieta

quarta rete di distribuzione agroalimentare del Paese ma anche un fenomeno culturale che rappresenta un baluardo fondamentale rispetto ai rischi legati al dilagare del cibo ultra formulato che mettono in pericolo il futuro delle nuove generazioni”. “Il mercato è un luogo speciale, dove la città incontra la campagna e dove i produttori si stringono la mano con i consumatori, guardandosi negli occhi e condividendo fiducia, lealtà, autenticità – ha dichiarato la presidente di Fondazione Campagna Amica Dominga Cotarella -. Il mercato di Campagna Amica è molto più di uno spazio di vendita: è un luogo di conversazione, di cultura, di educazione alimentare, di socialità. Qui si promuove la stagionalità, la freschezza e la genuinità dei prodotti a chilometro zero, frutto del lavoro quotidiano delle nostre imprese agricole. È un modello di sostenibilità ambientale, sociale ed economica, che valorizza il territorio e riduce le distanze, anche umane, tra chi produce e chi sceglie il cibo di qualità”.