

Campagna Amica, spesa dal contadino per 6 italiani su 10

Quasi sei italiani su dieci (59%) hanno fatto la spesa dal contadino almeno una volta al mese nell'ultimo anno in frantoi, malghe, cantine, aziende, agriturismi o mercati degli agricoltori per acquistare prodotti locali a chilometri zero direttamente dai produttori. E' quanto emerge da una analisi Coldiretti/Ixe' presentata a Terra Madre Salone del Gusto organizzato da Slow Food a Torino, che dedica un apposito spazio alle esperienze di agricoltura sociale della Fondazione Campagna Amica, la più grande rete mondiale di vendita diretta sotto un unico marchio. Dal dibattito sulla vendita diretta al Padiglione 2 delle stand del Ministero delle Politiche Agricole con il Presidente di Campagna Amica Carlo Petrini, il Presidente di Coldiretti Roberto Moncalvo e il Direttore Generale dell'Ismea Raffaele Borriello è emerso che dal dopoguerra mai così tanti italiani hanno acquistato direttamente dagli agricoltori con una crescita esplosiva nell'ultimo decennio da ricondurre all'attenzione per il benessere e per la salute, ma anche alla sostenibilità ambientale e alla volontà di difendere e valorizzare l'economia e l'occupazione del proprio territorio. Sono oltre 130mila le aziende agricole italiane che fanno vendita diretta in maniera prevalente mentre nei mercati degli agricoltori la spesa degli italiani ha superato i 6 miliardi di euro secondo Ismea. L'alta qualità dei prodotti che sono più freschi, saporiti e genuini è la principale ragione di acquisto dal produttore per il 71% degli italiani coinvolti, seguita dalle garanzie di sicurezza e dalla ricerca di prodotti locali che salgono sul podio delle motivazioni seguite dalla convenienza economica, secondo l'Indagine Coldiretti/Ixe'. Con la spesa dal contadino si trovano infatti prodotti locali del territorio, cosiddetti a chilometri zero, messi in vendita direttamente dall'agricoltore nel rispetto della stagionalità dei prodotti in alternativa ai cibi che devono percorrere lunghe distanze. Gli effetti positivi per i consumatori si fanno sentire anche sugli sprechi che vengono ridotti per la maggiore freschezza della frutta e verdura in vendita che dura anche una settimana in più, non dovendo rimanere per tanto tempo in viaggio. Oltre a ciò nei mercati dei contadini è possibile trovare specialità del passato a rischio di estinzione che sono state salvate grazie all'importante azione di recupero degli agricoltori e che non trovano spazi nei normali canali di vendita dove prevalgono rigidi criteri dettati dalla necessità di standardizzazione e di grandi quantità offerte. I mercati si sono in realtà trasformati nel tempo da luoghi di commercio a momenti di aggregazione, svago e socializzazione con lo svolgimento di variegate attività che vanno dai corsi di formazione per l'orto ai laboratori didattici per i bambini, dai cooking show con gli agrichef all'educazione con i tutor della spesa. Un aiuto concreto per contrastare la tendenza allo spopolamento dei centri urbani dove chiudono negozi e botteghe con evidenti effetti negativi legati alla taglio dei servizi di prossimità, ma anche un indebolimento del sistema relazionale, dell'intelaiatura sociale e spesso anche della stessa sicurezza sociale. L'Italia ha conquistato in pochi anni la leadership mondiale nei mercati contadini davanti agli Usa e Francia con la più vasta rete di vendita diretta degli agricoltori organizzata con proprio marchio del mondo grazie alla Fondazione Campagna Amica una realtà che fattura complessivamente con la vendita diretta. In pochi anni è nata e cresciuta in Italia una rete unica a livello internazionale per dimensioni e caratteristiche che ha esteso la sua presenza dalle fattorie ai mercati, dai ristoranti al cibo di strada, dagli agriturismi agli orti urbani. Complessivamente la rete di Campagna Amica è composta da 7502 fattorie, 1187 mercati, e 2352 agriturismi. Nei mercati e nelle fattorie

dall'agricoltore nel rispetto di precise regole comportamentali e di un codice etico ambientale, sotto la verifica di un sistema di controllo di un ente terzo. "Acquistare prodotti a chilometri zero è un segnale di attenzione al proprio territorio, alla tutela dell'ambiente e del paesaggio che ci circonda, ma anche un sostegno all'economia e all'occupazione locale", ha affermato il presidente della Coldiretti Roberto Moncalvo nel sottolineare che "si tratta di una responsabilità sociale che si è diffusa tra i cittadini nel tempo della crisi con la crescita dei mercati contadini che in Italia che sono diventati non solo luogo di consumo, ma anche momenti di educazione, socializzazione, cultura e solidarietà". Una formula che ha saputo interpretare con successo le esigenze di un consumatore sempre più interessato a recuperare un rapporto di fiducia con l'agricoltore, anche a garanzia della qualità dei prodotti che porta in tavola" ha sottolineato Raffaele Borriello Direttore Generale Ismea. "Il commercio di prossimità e l'agricoltura urbana rappresentano senza dubbio un simbolo e una testimonianza di un approccio rinnovato ed innovativo al cibo, di un modo alternativo di intendere il rapporto tra produttore e consumatore" ha precisato Carlo Petrini presidente di Campagna Amica nel precisare che "è in questi luoghi che prende sostanza la salvaguardia e la promozione della straordinaria biodiversità italiana".