

Per la prima volta i contadini italiani scendono in campo negli stadi per promuovere la conoscenza e il consumo del vero cibo Made in Italy con una squadra di oltre 11 mila tra fattorie, mercati e agriturismi di Campagna Amica. E' quanto spiega la Coldiretti in occasione della firma del primo accordo con la Lega Pro per la valorizzazione fra tifosi e calciatori delle migliori produzioni agroalimentari del territorio a chilometri zero. L'intesa firmata a Firenze dal Presidente di Coldiretti Ettore Prandini e dal Presidente di Lega Pro Francesco Ghirelli, alla presenza del Presidente della Fifa Gianni Infantino e del Presidente della Figc Gabriele Gravina, prevede una collaborazione su un ampio progetto legato alla sana e corretta alimentazione nello sport rivolto ai bambini, ai ragazzi e a tutti gli appassionati di calcio che frequentano gli stadi.

Ogni partita le squadre e i loro tifosi delle diverse regioni d'Italia avranno l'occasione di conoscere e provare il patrimonio agroalimentare del territorio facendo al tempo stesso un viaggio fra i tesori del gusto conservati e protetti da generazioni di agricoltori nelle campagne. Negli stadi non più solo hot dog e noccioline, patatine e popcorn ma anche prodotti tipici del territorio, dai salumi ai formaggi dal pane alla frutta e alla verdura di stagione. L'obiettivo è orientare i consumatori verso scelte alimentari corrette e sicure, nel rispetto della stagionalità con prodotti 100% Made in Italy della rete di Campagna Amica che garantisce l'identità, l'origine e la tracciabilità di tutta la filiera dal campo alla tavola. L'accordo prevede presenze negli stadi, in occasione delle partite organizzate dalla Lega Pro, con oasi del gusto degli agricoltori di Coldiretti, partecipazione degli agrichef di Campagna Amica con i propri prodotti durante eventi o manifestazioni, coinvolgimento della Lega Pro in percorsi di approfondimento sui temi della legalità e nel progetto "Educazione alla Campagna Amica" nelle scuole italiane con la partecipazione a iniziative su tutto il territorio nazionale.

Oltre a coinvolgere alunni delle scuole elementari e medie in tutta Italia con lezioni nelle aziende agricole e in classe la rete didattica di "Educazione alla Campagna Amica" si estende agli stadi con l'obiettivo di formare consumatori consapevoli sui principi della sana alimentazione e della stagionalità dei prodotti per fermare il consumo del cibo spazzatura e valorizzare i fondamenti della dieta mediterranea e il legame fra i prodotti dell'agricoltura ai cibi consumati ogni giorno. La dieta mediterranea è stata dichiarata la migliore dieta al mondo nel 2019 sulla base del best diet ranking 2019 elaborato dal media statunitense U.S. News & World Report, noto a livello globale per la redazione di classifiche e consigli per i consumatori.

La dieta mediterranea ha vinto la sfida tra 41 diverse alternative grazie agli effetti positivi sulla longevità e ai benefici per la salute. La dieta mediterranea ha consentito all'Italia di conquistare una speranza di vita che è tra le più alte a livello mondiale con 80,8 anni per gli

uomini e 85, per le donne. Si tratta della conferma della bontà di un regime alimentare che rispecchia il valore e la grande varietà enogastronomica italiana.

“Acquistare prodotti locali è un segnale di attenzione al proprio territorio, alla tutela dell’ambiente e del paesaggio, ma anche un sostegno all’economia e all’occupazione - sottolinea il presidente della Coldiretti Ettore Prandini - 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 sono diventati - conclude Prandini - non solo luogo di consumo, ma anche momenti di educazione, socializzazione, cultura e solidarietà”.