

Campagna Amica fa scuola per la valorizzazione delle piccole imprese agroalimentari

Coldiretti ha ospitato una delegazione del progetto di ricerca denominato Salsa (acronimo di Small farms small food business and sustainable food and nutrition security), relativo al ruolo delle piccole imprese agricole ed agroalimentari nella produzione agricola sostenibile e nella sicurezza alimentare. Il progetto, a cui aderisce anche Coldiretti con il compito principalmente di divulgarne i risultati finali, coinvolge soggetti provenienti da 20 Paesi tra Europa e Africa, oltre alla Fao Il meeting, volto a definire proprio la strategia di comunicazione e disseminazione dei risultati del progetto, è stato l'occasione per mostrare alla delegazione come grazie alla rete di vendita diretta, realizzata in questi anni da Campagna Amica, le piccole imprese agricole in Italia abbiano trovato la loro giusta collocazione sul mercato. Imprese per cui la dimensione contenuta non rappresenta uno svantaggio ma un'opportunità per diversificare l'attività agricola, conciliando processi tradizionali di produzione, recuperati grazie a know-how tramandati nello stesso contesto familiare aziendale, e innovazione, che si traduce, tra l'altro, nell'adozione di processi di produzione a basso impatto ambientale, grazie alle tecniche più avanzate di lotta integrata, agricoltura biologica e biodinamica. Dal 2010 ad oggi il numero di imprese agricole associate a Coldiretti che aderiscono alla rete di Campagna Amica si sono quasi decuplicate passando da 1.932 a 9.444, di cui l'11% biologiche. Una rete fatta di 1041 mercati contadini (farmers' market), di cui 35 mercati coperti; 7.386 punti vendita in azienda, 2.308 agriturismi, 188 botteghe, 574 ristoranti, 213 orti, 21 aziende specializzate nel no-food e 39 dedite allo street-food, per un totale di 11.770 operatori che si fregiano del marchio di Campagna Amica, che riscuote grande successo presso i consumatori. La delegazione ha apprezzato molto questo sistema realizzato da Coldiretti tramite Campagna Amica, riconoscendovi un modello di riferimento a cui possono ispirarsi altri Paesi per far uscire le piccole imprese agricole da situazioni di marginalità, valorizzando in termini economici il contributo che esse apportano alla filiera agroalimentare, in termini di tutela della biodiversità dell'agricoltura e di capacità di offrire ai consumatori prodotti freschi e stagionali, in una pluralità di sapori che sono sconosciuti a chi abitualmente si rivolge solo ai supermercati per l'acquisto degli alimenti. Il meeting, organizzato da Coldiretti con il supporto di Ager, è stato anche l'occasione per approfondire analogie e diversità tra diverse realtà della piccola imprenditoria agricola rappresentate nel progetto. Differenze molto evidenti non solo tra nord e sud dell'Europa, ma anche rispetto ai Paesi dell'Europa orientale appartenenti all'ex blocco sovietico, nei quali sono presenti dinamiche molto diverse in termini di organizzazione economica e di sistema associazionistico, e ancora di più rispetto ai Paesi africani. Proprio per questi ultimi, però, il percorso compiuto dall'agricoltura europea, italiana in particolare, costituisce un importante punto di riferimento in virtù della riuscita imprenditoriale del modello di conduzione familiare. Un modello, quello realizzato da Coldiretti e Campagna Amica, che ha suscitato, quindi, molto interesse tra i membri della delegazione, proprio perché capace di esaltare e dare un valore di mercato alla multifunzionalità e all'agro-biodiversità, consentendo di generare contemporaneamente valori economici e sociali, e contribuendo al rafforzamento delle economie rurali. Un sistema apprezzato perché in grado di dare alle piccole imprese agricole ed

anche nella trasformazione, grazie alla quale non solo si ottimizzano i costi e si incrementa il reddito, ma si garantiscono anche standard più alti di qualità organolettica e nutrizionale ai consumatori. Un modello, infine, che ha sorpreso per la resilienza delle piccole imprese che lo compongono e la loro capacità di offrire prodotti assolutamente originali nel panorama dell'offerta internazionale di cibo, come ne caso del formaggio prodotto da un enzima estratto dal cardo.