

Cresce il fenomeno del farmers market nel territorio

L'altro mercato

Successo per la «Campagna Amica» della Coldiretti

SCOMMESSA vinta per la Coldiretti Latina. L'idea di dar vita ad un mercato di Campagna Amica si è rivelata giusta, sono infatti sempre più i cittadini che ogni mercoledì affollano gli stand di via Don Minzoni acquistando direttamente dagli agricoltori il meglio delle produzioni della terra pontina.

«L'obiettivo – ricorda Saverio Viola, direttore di Coldiretti Latina – è quello di garantirsi prodotti sani del territorio con il miglior rapporto qualità prezzo, in controtendenza rispetto all'andamento generale del commercio. La nostra associazione ha realizzato uno studio sul tema, con il supporto di Censis e Swg, in occasione dell'inaugurazione del festival nazionale di Campagna Amica Cibi d'Italia che si sta concludendo oggi al Circo Massimo a Roma. Il successo deriva dal taglio delle intermediazioni commerciali che si è rivelato un calmieratore sull'andamento dell'inflazione rilevato dall'Istat a settembre».

Un progetto innovativo che ha avuto il merito di rimettere al centro la qualità ed il rapporto tra produttore e consumatore. Secondo le analisi quasi un cittadino su due frequenta i farmers market, sette milioni sono quelli che lo fanno regolarmente in Italia mentre altri quattordici milioni sono quelli che fanno acquisti ogni tanto. Un trend testimoniato, secondo Coldiretti e Censis, dal fatto che un'altissima percentuale di

IDEATORI

A destra Carlo Crocetti e Saverio Viola, presidente e direttore generale di Coldiretti Latina e promotori dell'iniziativa



L'analisi del Censis: il 95 per cento degli agricoltori pontini vorrebbe una maggiore diffusione delle forme di vendita diretta

consumatori pontini (il 95 per cento) vorrebbe una maggiore diffusione delle forme di vendita diretta degli agricoltori.

«Il nostro mercato degli agricoltori - continua Viola - sta creando nuove economie e, in alcuni casi, nuova occupazione, rappresentando un formidabile strumento di coesione sociale ed educazione alimentare. Infatti qui si ricrea un

legame profondo tra consumatore e produttore, tra il luogo di consumo ed il luogo di produzione, tra città e campagna».

legame profondo tra consumatore e produttore, tra il luogo di consumo ed il luogo di produzione, tra città e campagna».

legame profondo tra consumatore e produttore, tra il luogo di consumo ed il luogo di produzione, tra città e campagna».

gna. Partendo dalla distintività, la filiera agricola locale fa sì che questa diventi non soltanto la grande leva competitiva per le imprese ma anche l'occasione di stare meglio per la gente».

E l'ottimo riscontro che hanno avuto gli stand in via Don Minzoni hanno spinto i coltivatori diretti del territorio pontino a mettere in piedi altre iniziative di questo tipo. E breve verrà inaugurata una bottega di Campagna Amica per continuare nel progetto di ri-

VIOLA

«Stiamo creando nuove economie ed occupazione con gli stand in via Minzoni»

lancio del settore agricolo pontino. «Le aziende che producono e vendono direttamente sono non solo unità produttive propriamente dette - spiega Carlo Crocetti, presidente di Coldiretti Latina - ma diventano presidi sociali, pilastri delle comunità in cui la loro attività contribuisce a promuovere coesione sociale».

Luca Artipoli



In alto clienti e produttori durante il mercato di «Campagna Amica»

Un trend testimoniato, secondo Coldiretti e Censis, dal fatto che un'altissima percentuale di