

Food Literacy

Il Progetto MEIA promuove strumenti capaci di rafforzare la domanda e migliorare l'accesso ai mercati e lo fa puntando molto sulla Food Literacy.

Essa si pone al centro di tutte le strategie di valorizzazione dei prodotti a Denominazione di Origine.

Il concetto di **food literacy**, ovvero la capacità dei consumatori di comprendere il significato e il valore del cibo che scelgono può dirsi davvero realizzato quando chi consuma prodotti a DO sa scegliere con consapevolezza.

Un consumatore informato è infatti in grado di riconoscere le caratteristiche che rendono un prodotto unico, comprendendone l'origine, il metodo di produzione e il legame con il territorio. Questa maggiore consapevolezza favorisce scelte di acquisto più attente e responsabili, contribuendo a sostenere le filiere di qualità e a rafforzarne la competitività.

La food literacy come strumento di connessione

Promuovere la *food literacy* è anche una delle azioni fulcro di un marketing territoriale ben eseguito. Si tratta di guidare un processo educativo complesso volto a colmare il gap informativo del consumatore. Molti acquirenti, infatti, non possiedono gli strumenti culturali per distinguere un prodotto industriale da uno certificato, declassando la spesa alimentare a costo da comprimere. Attraverso la trasparenza, i sistemi di tracciabilità avanzata (come la blockchain) e una narrazione autentica, i Consorzi di Tutela possono educare la domanda, spiegando chiaramente cosa si nasconde dietro un'etichetta e costruendo una forte relazione emotiva con il pubblico.