

LA RUBRICA

Il supermercato e la campagna imparino a parlarsi

di MAURO ROSATI*

AVREI TANTO voluto parlare del vertice Fao, di qualche risultato concreto e soprattutto di un ritrovato interesse da parte dei potenti del mondo verso l'agricoltura; purtroppo non è così, allora sento che devo tornare a parlare di quali possono essere le possibili vie di uscita dalla crisi agricola nazionale.

La scorsa settimana ho proposto la detassazione dei prodotti di qualità come un' iniziativa concreta che rientra nelle possibilità oggettive del governo, se davvero si vuole dare una risposta a questa crisi. Si tratterebbe di un provvedimento con un doppio obiettivo: un contributo all'agricoltura che non viene scambiato come il solito aiuto caritatevole, e un sostegno diretto al potere d'acquisto sulla spesa alimentare che incide molto sul bilancio familiare complessivo. Qualche lettore mi ha scritto che questo provvedimento da solo non può essere sufficiente. Ne sono consapevole, sono indotto quindi ad un'ulteriore riflessione su cosa possiamo fare nell'immediato, al di là del volere e delle possibilità governative e parlamentari che si sa, hanno tempi di reazione abba-

stanza lunghi. Come ho spesso ribadito, secondo me non si può pensare di risolvere il problema agricolo senza tenere in considerazione due fattori: i nuovi modelli di consumo e le logiche distributive del cibo. Orvero i cambiamenti in corso sui consumi e le strategie di distribuzione. Su questo si deve agire per fare veramente un grande passo avanti. Bisogna superare la logica che la Gdo e l'agricoltura siano due entità parallele. Io sostengo che sono due mondi che hanno bisogno l'uno dell'altro, anche alla luce del fatto che la grande distribuzione veicola in Italia oltre il 70% dei consumi alimentari.

IO PENSO che lo scompartimento di un supermercato debba essere una vera e propria finestra sul mondo agricolo, per diventare opportunità concreta per i produttori ed i loro prodotti. In questa logica bisogna ripen-

sare a modalità diverse di accordo tra imprese e distribuzione, che tengano conto delle esigenze di un settore innatamente vulnerabile come quello agricolo, della crisi dei consumi e del crescente problema legato al rapporto fra cibo e salute.

In mezzo a tutto ciò, ovviamente, ci siamo noi consumatori, che non possiamo che avvantaggiarci da un tale connubio. Siamo abbastanza stanchi di vedere i nostri carrelli strapieni di cibo senza qualità, che spesso rimane inutilizzato nelle dispense; saremmo invece ben contenti di accogliere più prodotti con un'origine certa che ci ricordano tanto che non sono cresciuti in una cassetta, ma in terra!

*Segretario generale
Fondazione Qualivita
rosati@qualivita.it

