

La nuova rappresentanza guarda alla filiera e al consumatore

Il percorso di evoluzione del modello di rappresentanza messo in campo da Coldiretti muove da una considerazione: al centro della discussione e degli interessi c'è oggi il cibo più che il prodotto agricolo. E' una distinzione importante poiché, se è vero senza agricoltura non può esserci cibo, quest'ultimo esce da un percorso di filiera del quale il prodotto agricolo è una parte, importante ma non esclusiva.

La dimostrazione più evidente è l'andamento dei prezzi registrato nell'ultimo anno. Quelli alla produzione sono diminuiti, in alcuni casi addirittura crollati, ma ciò non ha influito su quelli al consumo. Un tale scenario ha reso necessaria un'evoluzione del modello di rappresentanza, che Coldiretti ha avviato ormai da diversi anni con il progetto di rigenerazione dell'agricoltura italiana.

Un progetto che ha portato ad ampliare l'orizzonte delle imprese, anche attraverso strumenti normativi innovativi come la Legge di Orientamento che introdotto il concetto di multifunzionalità e ha allargato l'operatività delle imprese agricole dalla produzione alla trasformazione e alla vendita.

Da un sistema di rappresentanza che considerava centrale il rapporto con la politica per risolvere i problemi del settore siamo passati a un sistema che cerca di comprendere i bisogni del cittadino consumatore, dal quale dipende il successo delle imprese. Se da un prodotto agricolo indifferenziato si passa a un soggetto che produce cibo, la rappresentanza deve conseguentemente guardare all'intera filiera e, da qui, interloquire col consumatore. Dal binomio "impresa-politica" siamo arrivati a quello "filiera-consumatore".

Per tradurre economicamente tale cambiamento culturale era necessario farsi carico di quei passaggi del percorso che va dal prodotto agricolo al cibo sino ad oggi gestiti dagli altri. La rappresentanza è stata quindi allargata ai soggetti della cooperazione e al sistema dei consorzi agrari, fino ai mercati per la vendita diretta dei prodotti agricoli di Campagna Amica.

Una scelta che poggia sul progetto operativo messo in campo dalla Coldiretti che abbiamo chiamato "Filiera agricola tutta italiana" e che, dinanzi alla situazione attuale, è diventato centrale per sconfiggere le due grandi ingiustizie che mettono a rischio la sopravvivenza stessa dell'impresa agricola. La prima è il furto di valore aggiunto ai danni delle nostre imprese. Se i prezzi all'origine sono bassi la colpa non è della crisi internazionale, come qualcuno vorrebbe farci credere, bensì delle distorsioni presenti all'interno della filiera che si avvantaggiano dello scarso potere contrattuale della parte agricola senza che a beneficiarne siano i consumatori.

La seconda anomalia consiste anch'essa in un furto, ma stavolta di identità. Sino a quando non ci sarà una chiara identificazione del prodotto attraverso l'etichettatura obbligatoria dell'origine sarà possibile continuare a utilizzare immagini, loghi, slogan che richiamano il made in Italy senza che

vedano premiato il proprio lavoro.

L'obiettivo del progetto per una Filiera agricola tutta italiana è dunque quello di tagliare le intermediazioni ed arrivare ad offrire attraverso la rete di Consorzi Agrari, cooperative, farmers market, agriturismi e imprese agricole prodotti alimentari al cento per cento italiani firmati dagli agricoltori al giusto prezzo.

Questi prodotti saranno offerti tramite la più estesa rete commerciale nazionale che coinvolge i mercati di campagna amica, i punti di vendita delle cooperative, i consorzi agrari, agriturismi e aziende agricole, ma coinvolgerà anche la rete della ristorazione a chilometri zero e la distribuzione che intenderà partecipare.

L'effetto della riduzione dei passaggi e delle intermediazioni con un rapporto più diretto tra agricoltori e consumatori garantirà maggiore efficienza. In questo modo sarà possibile assicurare acquisti convenienti alle famiglie e sostenere il reddito degli agricoltori in un momento di difficoltà economica.

Non a caso la presentazione del progetto per una Filiera agricola tutta italiana ha incontrato il consenso dei consumatori e della politica. Non da quei soggetti che sino ad oggi hanno fatto affari sulla debolezza del sistema agricolo.