

La Coldiretti e il Potere dei fatti

Potere. Una parola grossa. In alcuni articoli pubblicati nei giorni scorsi si descrive la Coldiretti come un centro di potere appunto. Non si può certo negare il ruolo centrale che la Coldiretti abbia conquistato non solo nel contesto economico (agricoltura, agroalimentare, agriturismo ecc), ma anche in quello sociale. E' un'organizzazione sempre più calata nella società. Se questo è potere, sì è un centro di potere. Ma per parlare del posto di spicco che ha conquistato bisogna spiegare bene cosa vuol dire.

Non è che la Coldiretti così in un batter di ali si è trovata al centro della scena. E' il risultato di un percorso, lungo, complicato che ha richiesto fatica e coraggio. La reputazione di cui oggi gode è il frutto di una visione. Che arriva da lontano, dalla sua nascita e dalle rivoluzioni che ne hanno segnato la storia. Ma alla ribalta ci è arrivata grazie alle battaglie che da venti anni sta sostenendo con metodicità e caparbieta. E che hanno cambiato non solo il modo di fare agricoltura, ma anche il rapporto con la società. E il linguaggio stesso dell'agricoltura.

Tutto è partito dal ponte lanciato ai consumatori nel nome di un'agricoltura sana, pulita e sostenibile. E proprio per garantire i cittadini è iniziato il pressing in Italia e nell'Unione europea sull'etichetta trasparente. Nessuna opposizione ai prodotti esteri, ma solo voglia di chiarezza. Ognuno può portare a tavola quello che vuole, questa la filosofia della Coldiretti, ma in assoluta consapevolezza di quello che contengono i cibi. Da qui le battaglie sulla pasta fatta di grano duro 100% italiano o i salumi con carni di maiali nazionali.

Con i blitz alle frontiere del Brennero, ma anche nei porti pugliesi per smascherare quelle industrie che si approvvigionavano di materia prima estera per poi italianizzarla. Non è stato facile competere con i giganti dell'agroalimentare, ma dalla sua la Coldiretti ha avuto un grande alleato, i consumatori. Si è creata così una corrente di pensiero che in questi ultimi anni ha portato tanti industriali a scegliere il made in Italy. E oggi non c'è pubblicità che non inneggi alla pasta o alle merendine rigorosamente con il 100% di materia prima italiana. Tutelando così consumatori e agricoltori che spesso erano stati accusati di non produrre la materia prima adeguata in qualità e quantità. In realtà faceva più comodo acquistare all'estero, a costi stracciati.

Per sostenere le aziende agricole poi è stata ingaggiata un'altra battaglia, quella della multifunzionalità, finalizzata a rafforzare il reddito dei produttori ampliando il fronte delle attività. E' nata così, anche questa super contestata, la Legge di Orientamento, anche se oggi non c'è nessuno che ricordi il percorso a ostacoli della rivoluzionaria normativa. Che ha rappresentato la vera svolta. E proprio la Coldiretti, che l'ha voluta con forza, ha spinto per la sua completa operatività.

Trasformazione, agri benessere, appalti con i comuni per interventi sul territorio, agriasilo, e mercati. La vendita diretta, un altro pallino dell'organizzazione. E anche su questo fronte c'è stato molto da lavorare. Chi poteva mai prevedere che da un nugolo di coraggiosi che hanno portato nei banchi i prodotti della loro azienda nascesse un network mondiale? I farmer market di

realtà commerciale, ma un luogo dove si diffonde la cultura della buona agricoltura, riferimento per tanti cittadini. Un nuovo modo e una moda per acquistare prodotti a chilometro zero e garantiti da chi ci mette la faccia. E' così che la Coldiretti ha conquistato il cuore della gente. E si è imposta nella società anche per il suo impegno sociale. Che non è mancato nei momenti più duri che il nostro Paese ha attraversato, dai terremoti alla pandemia.

Coldiretti non ha perso il suo Dna che è quello di vedere lontano. Di programmare. Lo ha fatto quanto ha lanciato ancora prima che esplodesse l'emergenza idrica i suoi progetti per realizzare strutture che garantissero la raccolta del prezioso bene acqua. Sta insistendo da anni, ma in particolar modo dopo la crisi provocata dal Covid e ancora di più dalla guerra che ha messo a nudo le fragilità alimentari di tutti i paesi del mondo, sulla necessità di puntare a una autosufficienza alimentare. Per il bene della Nazione. Per garantire sempre il cibo di qualità e in quantità necessarie. E oggi è ancora una volta sul fronte per difendere l'agricoltura italiana ed europea dagli attacchi che arrivano da chi vuole demolirla sotto i colpi della chimica o degli insetti.

La Coldiretti è stata la prima e unica a denunciare le grandi manovre sulla carne sintetica e su tutti gli altri cibi in provetta che si preparano ad aggredire le nostre tavole. E sugli insetti ha chiarito che hanno poco a che fare con la Dieta Mediterranea riferimento alimentare per gli italiani. Schiena dritta anche se con la consapevolezza che la posta (economica) in ballo è alta e può far gola a molti.

Questa è la strategia che ha portato potere. Certo il potere della difesa a oltranza dell'agricoltura e degli agricoltori. Questo è il potere, della coerenza. Che non si scopre oggi e che non si presta a strumentalizzazioni politiche di alcun tipo. Tutti i politici illuminati hanno compreso la forza dell'organizzazione. Perché Coldiretti è oggi l'agricoltura e l'agroalimentare, è credibile su tutti i fronti. Ha parlato per prima di filiera e ha aderito con convinzione ai progetti del Pnrr per le filiere presentando iniziative che assorbono quasi la totalità delle risorse in campo. Ha costituito una fondazione, Filiera Italia, in cui aziende agricole, industrie della trasformazione e distribuzione dialogano in un vero spirito di filiera.

Se tutto questo è potere, sì Coldiretti rappresenta il potere agricolo.