

Agricoltura locale per lo sviluppo

di Sergio Marini

La storia ci ha insegnato che, soprattutto nei paesi poveri, la fame si combatte potenziando le agricolture locali. Il modello delle multinazionali, che coltivano prodotti nei paesi poveri e rivendono poi in quelli ricchi, non ha funzionato e i risultati sono oggi ben visibili mentre è già iniziato un fenomeno di neocolonizzazione che vede alcuni grandi paesi acquistare terreni nelle nazioni più povere per produrre derrate da destinare al proprio mercato interno per risolvere i propri eventuali futuri problemi di approvvigionamento.

E' ormai evidente peraltro che una soluzione al problema della scarsità di cibo non può essere rappresentata dagli Organismi geneticamente modificati. Gli ogm che circolano oggi nel mondo hanno solo aumentato la dipendenza degli agricoltori dalle multinazionali per quanto riguarda le sementi e gli anticrittogamici, mentre hanno fatto perdere biodiversità, con danni ambientali ed economici.

Ma occorre anche capire che non esiste solo un problema di quantità di cibo, ma soprattutto di accesso al cibo come ha giustamente denunciato il Santo Padre. E qui l'ostacolo è rappresentato dalle speculazioni o, meglio, da due tipi di speculazioni.

La prima è quella sulle materie prime, per cui il prezzo nei campi diminuisce improvvisamente per poi aumentare di due o tre volte solo per effetto di movimenti finanziari. C'è poi una speculazione lungo la filiera per la quale quest'anno abbiamo visto che il prezzo del grano pagato agli agricoltori è calato del 30 per cento mentre è aumentato quello di pane e pasta. Due fenomeni entrambi inaccettabili che dimostrano la necessità di una regolamentazione diversa del mercato del cibo.

Se vogliamo raggiungere l'obiettivo di diminuire il numero delle persone che soffrono la fame entro il 2050 occorre dunque ripartire dalle economie locali, dalle agricolture locali, dalle popolazioni locali facendo perno su quelle che sono le loro varietà e le loro coltivazioni tradizionali che vanno valorizzate sul mercato rendendo evidenti le specifiche identità con l'etichettatura.