

"Poco-a-poco" c'ha 'l bicchiere mezzo vuoto.

In Francia (ma non solo), la crescita dei consumi bio supera ogni previsione : tra il 2000 e il 2015 il numero delle aziende bio é stato moltiplicato per cinque. Il fatturato bio di tutte le forme di distribuzione é stato moltiplicato per 6, supera 7 miliardi d'€, con una crescita a due cifre.

Si tratta d'una spinta venuta "dal basso", alimentata dalle scelte individuali di contadini innovatori, che han recuperato l'autonomia produttiva e commerciale, grazie alla risurrezione, nelle rappresentazioni mentali dei cittadini, d'una immagine che il sistema dominante aveva cancellato quasi completamente : l'immagine d'un consumo collegato alla produzione¹. Senza dubbio, lo sviluppo del consumo bio e la moltiplicazione dei piccoli produttori a vendita diretta hanno un gran valore pedagogico e sperimentale; però, la *Confédération Paysanne* sottolinea che le regole dell'economia e delle politiche agricole proibiscono che quelle pratiche possano generalizzarsi, rischiando, anzi, di sfociare in un'agricoltura a doppia velocità.

Esse, infatti, si sviluppano in un ambiente largamente dominato dall'agricoltura convenzionale (94% della terra coltivabile ...), e dalla grande distribuzione che controlla la parte più importante della spesa alimentare non-Bio delle famiglie francesi (più dell' 80% del latte e delle uova e più del 90% della frutta sono non-bio). É pur vero che le spese non-Bio predominano (228 miliardi d'€), però con una progressione annua soltanto dell'1%.

Allora, si capisce che la dinamica a due cifre della bio non sia sfuggita alla grande distribuzione che ne controlla, già, quasi la metà, ingrandendo gli scaffali bio, oppure aprendo esercizi di vicinato (magari, in franchising). Così, Carrefour, dopo aver comprato Greenweez (leader del bio su internet), ha già aperto una dozzina di *Carrefour Bio*; Auchan ha lanciato *Cœur de Nature*, Casino sviluppa *Naturalia* (65 negozi nel 2011, più del doppio nel 2016).

Integrati nei centri urbani, questi negozi che vendono solo prodotti bio certificati, utilizzano tutti i codici della cultura ecolo (perfino le cassette di porri, appoggiate al muro, sul marciapiede, davanti al negozio). Si capisce così perché la curva della crescita del fatturato bio della grande distribuzione abbia esattamente lo stesso profilo che la produzione bio. Il fatto é che la grande distribuzione ha bisogno di quantità, continuità, standardizzazione e la sua richiesta si coniuga con altre forze potenti per spingere i produttori bio a ingrandire, intensificare, industrializzare. Senza nemmeno parlare della struttura delle sovvenzioni PAC che favoriscono le estensioni... l'orientamento dei pubblici poteri (dal Ministero fino ai comuni), che pur vedendo di buon occhio l'inverdimento dei consumi alimentari, non si preoccupano per nulla di far aumentare il numero dei piccoli produttori autonomi (soprattutto se si tratta di giovani non conformisti) e preferiscono favorire l'ampliamento delle aziende convenzionali... ma anche le pressioni delle lobbys agro-industriali sulle certificazioni europee, al fine di focalizzare il controllo sul prodotto, piuttosto che sui processi produttivi, per sopprimerne l'obbligo annuale, perché si trasformino le norme sui residui di pesticidi, in modo favorevole all'agro-chimica, perché si introducano delle approssimazioni nella definizione di certi criteri, perché si autorizzino le colture bio senza suolo e le aziende miste (bio + non-bio)... senza dimenticare le manovre dell'agro-alimentare che, "per

¹ Tra gli anni '80 e '90, nel momento in cui diversi piccoli movimenti contadini fautori dell'autonomia del coltivatore, si riuniscono (1987), formando la *Confédération Paysanne*, sindacato dell'agricoltura familiare, opposto alle scelte produttiviste-chimico-industriali-esportatrici della FNSEA, approda in Francia (con *Les Jardins de Cocagne*, nel 1991), quel movimento in cui, per più d'un mezzo secolo, centinaia di migliaia (forse anche, milioni) di militanti si sono ostinati a costruire alleanze locali tra consumatori e produttori. Dopo qualche anno, quel movimento darà vita ai GAS italiani (1994) e alle AMAP francesi (2000).

proteggere il consumatore", sta cercando di privatizzare la parola "BIO", stessa ... Di fatto, i sintomi di questa evoluzione si sentono già, tant'è vero che la Fnab constata che le aziende in via di conversione bio sono sempre più grandi e sempre più industrializzate.

In questo ambiente globale, una quota molto importante delle energie militanti disponibili è assorbita da attività che si dedicano all'informazione, alla sensibilizzazione dei *citoyens* a proposito dei vantaggi d'una alimentazione bio.

Non c'è dubbio, che tali attività pedagogiche contribuiscono all'evoluzione della coscienza collettiva... Se, però, si limitassero a interpretare l'Alimentazione, unicamente in una prospettiva di Consumo, se non producessero altro che l'aumento del numero di consumatori attenti alla qualità di quel che mangiano, otterrebbero solo quell'aumento della domanda di cibo bio che la grande distribuzione aspetta già e che è già pronta a soddisfare...

Se così fosse, tutto quell'impegno non servirebbe che a facilitare l'evoluzione della produzione bio verso monoculture industrializzate, dominate da multinazionali dell'agro-alimentare, o da potenti cooperative agricole, molto lontane da un'*Agriculture Citoyenne*².

Una volta che quel nuovo mercato fosse diventato abbastanza portante, la grande distribuzione l'organizzerà facilmente, con gran sfoggio di marketing *New Age*, non senza aver ottenuto le opportune evoluzioni delle regole di certificazione, anche a costo di delocalizzare tutto ciò che è delocalizzabile.

Come evitare un tal risultato?

Secondo la Confédération Paysanne³ finché i vari governi saranno compiacenti verso le scelte produttiviste della FNSEA, volte all'exportazione⁴, nessun rapporto di forza favorevole a un'agricoltura di piccole dimensioni, potrà mai esser creato nel solo ambito agricolo... il sindacato dell'agricoltura contadina asserisce che nessuna transizione sarà possibile, finché resterà SOLO a rivendicare una trasformazione del modello dominante e finché l'insieme della società non si sentirà coinvolta dalla rivendicazione d'un nuovo paradigma produttivi e agro-alimentare.

È vero che un territorio particolare non può pretendere di cambiar, da solo, il paradigma agro-alimentare o il quadro normativo globale dell'economia... Però, se le energie militanti disponibili, invece di rivendicare idee generali senza portata concreta, o di focalizzarsi sulla sensibilizzazione degli individui, s'applicassero, anche, a contestare l'evoluzione attuale delle strutture fondiarie e a chiedere nuove installazioni, le numerose istanze decisionali locali non potrebbero ignorare i contenuti d'azioni critiche che le prendessero di mira in modo pertinente. Insomma, per evitare (o frenare) l'évolution della produzione (bio e non bio) verso la monocultura e l'industrializzazione, sarà necessario che i *citoyens* vadano ben più lontano che l'affermazione rituale d'una "solidarietà con i produttori", che vadano, anche, al di-là del ruolo di *consomm'Attori*⁵, impegnandosi (nei limiti di ciò che si può ottenere sul piano locale) nella contestazione delle regole che impediscono la generalizzazione delle nuove pratiche contadine di produzione, di distribuzione e di consumo *citoyen*. Dovranno lanciare azioni di comunicazione verso gli istituti di formazione agricola e destinati, anche, a far conoscere ad

² Stando al Miramap, l'*Agriculture Citoyenne* starebbe emergendo, grazie all'affermarsi, poco-a-poco, del desiderio d'una nuova alleanza tra coloro che producono e coloro che s'alimentano ("Ensemble pour une démocratie agricole et alimentaire").

³ Nei documenti della campagna "*Agriculture et Alimentation : produire à quel prix, manger à quel prix*".

⁴ Nel 2015, le esportazioni di prodotti agricoli e agroalimentari francesi hanno rappresentato 60 Miliardi d'€, di cui 7,2 Mrd € di cereali ("*l'équivalente di 65 aerei Rafale*") e 8 Mrds € di "*prodotti a base di latte*" (su 10 litri di latte raccolti, 4 sono esportati).

⁵ Famosa macchietta che, nel teatro liberale, "*vota con il caddie*".

un pubblico generico, che non li conosce, tutti gli ostacoli che rendono difficile l'accesso alla terra e impediscono l'affermazione d'un modello diverso, più ricco in posti di lavoro, perché più autonomo sia nella produzione che nella commercializzazione. Bisognerà che siano sufficientemente informati per portare una contestazione ben argumentata davanti alle istituzioni, sull'opacità della gestione fondiaria, del modo con cui norme e criteri sono utilizzati per favorire l'incessante espansione delle aziende convenzionali e scoraggiare le installazioni non ortodosse.

Bisognerà, insomma, che i *citoyens* si facciano organizzatori della società civile, in modo che i "poteri" dei diversi livelli prendano atto della pressione che si esercita in difesa della piccola agricoltura contadina e d'una struttura fondiaria che protegge l'autonomia del produttore, lo integra alle relazioni sociali del territorio, permettendogli d'innovare per guadagnare di che vivere, invece di isolarlo, riducendolo a simple anello della filiera produttiva agrochimica – coltivatore – agroalimentare.

Th. Regazzola Mars 2017

http://www.repubblica.it/economia/finanza/2017/06/16/news/amazon_compra_whole_foods-168263707/?ref=RHRS-BH-I0-C6-P12-S1.6-T1