



**68° Giornata Nazionale del Ringraziamento**

**Un'agricoltura contro la disuguaglianza**

**Pisa, 10 novembre 2018**

- Parlare di agricoltura e di filiera del cibo vuol dire oggi parlare di **VALORI SIGNIFICATIVI** per la società del nostro tempo
- Valori che sono una **SFIDA** per tutti i soggetti non solo della filiera del cibo
- Agricoltura **OFFRE SOLUZIONI** per alcuni dei mali del nostro tempo: ad esempio, **LE DISUGUAGLIANZE**

# Dalla crisi del 2008 in avanti si ampliano le disuguaglianze....

## Esempio emblematico

**Il 20% più benestante dispone del 52% della ricchezza**

**Il 60% dei cittadini dispone del 16% della ricchezza**

**Il 20% dei meno abbienti dispone dell'1,1%**

**Nel periodo 2008-2016. spesa per consumi**

	<b>2008</b>	<b>2016</b>
• <b>Famiglia operaia</b>	<b>97</b>	<b>72</b>
• <b>Famiglia di imprenditore</b>	<b>145</b>	<b>123</b>
• <b>Famiglia totali</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## La grande cesura della Crisi del 2008

**E' difficile o facile muoversi verso l'alto nella scala sociale?**

- L'85% degli italiani lo reputa molto o abbastanza difficile
- Il 57% degli italiani NON PENSA che i figli/nipoti vivranno meglio di loro

**Per migliorare nella vita contano:** conoscenze (95%), fortuna (93%)  
una famiglia d'origine agiata (88%), conoscenze nella politica (77%)

***Si stava meglio quando si stava peggio.***

- Per il 69% degli italiani la qualità della vita era meglio prima
- Solo il 38% degli italiani pensa che negli ultimi trent'anni le opportunità per avanzare nella vita sono diventate più eguali: 54% in Germania, 55% nel Regno Unito, 63% in Svezia

# Il cibo, dalla produzione al consumo, è tornato al centro dell'attenzione sociale

- Nell'Italia povera il cibo concentrava l'attenzione delle persone perché era poco e bisognava portarlo in tavola
- Nell'Italia benestante è passato in secondo piano rispetto ad altri beni dall'abbigliamento alle vacanze. *Tra 1961 e 1982 gli occupati in agricoltura calano di oltre 4,1 milioni di unità*
- Nell'Italia dei nostri giorni torna prepotente al centro dell'attenzione degli italiani, ben oltre la sua funzione strumentale perché esso esprime:
  - incarna la soggettività e valori significativi per le persone
  - l'identità distintiva dei territori
  - È volano di buona qualità della vita individuale
  - Moltiplicatore di relazionalità e convivialità

## **Il ritorno dell'agricoltura è nei numeri**

- Dal 1951 al 2010 l'occupazione in agricoltura è sempre diminuita
- Nel 2010-2016 occupati in agricoltura +4,1%. 884.000 occupati per 1.146 aziende

## **e nella social reputation...**

- L'impresa agricola (19,8%) è al terzo posto della graduatoria dei soggetti in cui gli italiani hanno fiducia dopo forze dell'ordine (48%) e volontariato (42,5%)
- Come reagiresti alla notizia che un figlio o nipote avrebbe intenzione di lavorare o fare impresa in agricoltura? l'82,1% favorevole 86,2% tra i laureati

# **Aziende agricole e mondo dell'agricoltura hanno saputo rigenerarsi aprendosi a valori decisivi della contemporaneità**

- **Sostenibilità...come attenzione alle comunità e ai territori**
- **Tracciabilità ...come verifica aperta, trasparente di rispetto dei criteri di sostenibilità**
- **Impatto sociale dell'attività dell'impresa...multifunzionale perché deve generare reddito ma dentro il rispetto dei canoni della sostenibilità**

## **Si sono affermate due idee chiave**

- **Sovranità del consumatore come cittadino**
- **Ruolo trainante dell'agricoltura rispetto al resto della filiera del cibo chiamata ad adeguarsi**

# I valori dell'agricoltura sono in sintonia con quelli che si sono affermati tra i consumatori

## Le caratteristiche che gli italiani considerano importanti nei prodotti alimentari

- *italianità* (44,0%)
- *tracciabilità* (35,2%)
- *chilometro zero* (32%)
  
- *convenienza nei prezzi* (31,1%)
- *impatto sulla salute* (26,8%)
- *sicurezza* (18,8%)
- *tipicità certificata* (16,4%)
- *sostenibilità ambientale* (16,3%)



# Tra globalizzazione e sovranismi, meglio la centralità della persona

## Il rapporto con il cibo come moltiplicatore di buone pratiche

- 92% acquistano prodotti con etichettatura completa nelle informazioni su ingredienti provenienza
- 63,1 acquistano dopo essersi accertato che non siano stati prodotti/distribuiti creando danni sociali (es. lavoro minorile sfruttamento dei lavoratori)
- 73% Acquistare dopo essersi accertato che la produzione/distribuzione non abbia generato danni ambientali

## Per una giustizia globale

- l'88,6% vuole imporre il rispetto di regole sociali, ambientali e sanitarie anche a Paesi come la Cina, l'India o comunque in via di sviluppo, ecc.;
- il 79,3% ritiene che acquistare sempre a prezzi più bassi, vuol dire spesso avere una qualità inferiore o prodotti penalizzanti per lavoro e ambiente
- *Esempio food delivery*: 3,8 milioni di italiani lo usano con regolarità, ma la maggioranza vuole che siano rispettati i diritti dei lavoratori

## **Si rivitalizzano territori e comunità locali con i patrimoni enogastronomici come perno**

### **di una multiforme economia sui territori**

- **38,1 milioni (8,8 regolarmente) hanno partecipato a sagre di prodotti locali**
- **26,1 milioni (5 con regolarità) hanno fatto vacanze o viaggi nei territori di eccellenze enogastronomiche**
- **23,7 milioni (3,7 regolarmente) hanno partecipato a eventi di serate di degustazione di prodotti o vini**
- **23 milioni (2,8 con regolarità) sono andati in agriturismi**

### **di una rigenerazione delle comunità locali. Esempio mercati dei contadini**

*nell'ultimo anno*

- **43 milioni vi si sono recati**
- **per il 54,9% è stata anche occasione di convivialità e relazioni con altre persone**

# L'agricoltura è protagonista della lotta alle disuguaglianze

## ALL'INTERNO

Imponendo al resto dei protagonisti della filiera, dall'industria alla distribuzione alla ristorazione al *food delivery* i criteri di

- Sostenibilità
- Tracciabilità
- Centralità di persone e comunità

## A LIVELLO GLOBALE

- Perché spinge per il riconoscimento della giusta remunerazione per chi lavora e investe
- Non consente ad alcuno di spremere valore solo ed esclusivamente penalizzando agricoltori e fornitori
- lotta affinché il cibo non diventi una commodity giocata nei mercati finanziari