

TERRA MADRE. Intervista a Carlo Petrini

giovani: LA TERRA CHE CHANCE

T come terra. E T come tecnologia. La questione sta tutta qui. «A noi la scelta: o mangiamo i frutti della terra o quelli del computer». Naturalmente quella di Carlo Petrini non è una domanda, ma una risposta.

Una risposta che dal palco del Lingotto di Torino - dove giovedì 21 ottobre apre il sipario di Terra Madre - troverà il suo brand mondiale. Quello della Generazione T. Una formula dietro cui il fondatore di Slow Food servirà il suo manifesto sulla new economy, ovvero dell'agricoltura 2.0. Dove il World Wide Web è solo uno strumento per riportare i giovani alla falce e al trattore. Possibile? Per il guru di Bra, più che «possibile, è necessario». E i tempi ormai sono maturi. Per toccare con mano la rivoluzione, Petrini ha deciso di trascorrere la vigilia di Terra Madre negli Stati Uniti. E non a caso, proprio negli States nascerà nel giro di un anno Terra Madre Usa (si parla già di un'affluenza record di almeno 10mila contadini provenienti da tutto il mondo).

VITA: Però al Lingotto avete deciso di dedicare la vetrina dell'edizione di quest'anno alle duemila lingue che nel mondo stanno scomparendo. Che c'entra questo con quello che mettiamo in tavola?

CARLO PETRINI: Non si può parlare di cibo in maniera rivolta solo al cibo. Tutta l'agricoltura si esprime attraverso le lingue originali. Addirittura gli attrezzi agricoli parlano lingue ancestrali. Se un contadino de-

Per il guru di Slow Food non ci sono alternative: «Se spariscono gli agricoltori, cosa mangeremo? Perciò abbiamo bisogno di far crescere una nuova generazione di contadini». La strada? «Impariamo dagli Usa» **di Stefano Arduini**

ve descrivere un attrezzo lo descrive in dialetto. Non si può più parlare di cibo soffermandosi solo alla ricetta. È necessaria una visione olistica. Occorre difendere la diversità culturale. A partire dalle lingue. Pensi che solo in India si parlano non meno di 80 idiomi. La salvezza della diversità ambientale, vegetale e animale, passa da quella della diversità culturale. Terra Madre lo dirà forte e chiaro: ci serve assolutamente una nuova generazione di contadini, che chiameremo Generazione T. I giovani vanno riaccompagnati alla terra.

VITA: Come si fa a convincere oggi un ragazzo a fare il contadino? A svegliarsi alle sei del mattino? A lavorare come un matto avendo la quasi certezza che non arriverà alla fine del mese, come dimostrano le proteste degli allevatori sardi o il caso infinito delle quote latte?

PETRINI: È la comunità che deve farsi carico di creare condizioni di vita dignitose per chi fa una scelta di tornare alla terra.

VITA: Perché dovrebbe farlo, cosa ci guadagna?

PETRINI: Le rispondo con una domanda: senza agricoltori, cosa mangiamo?

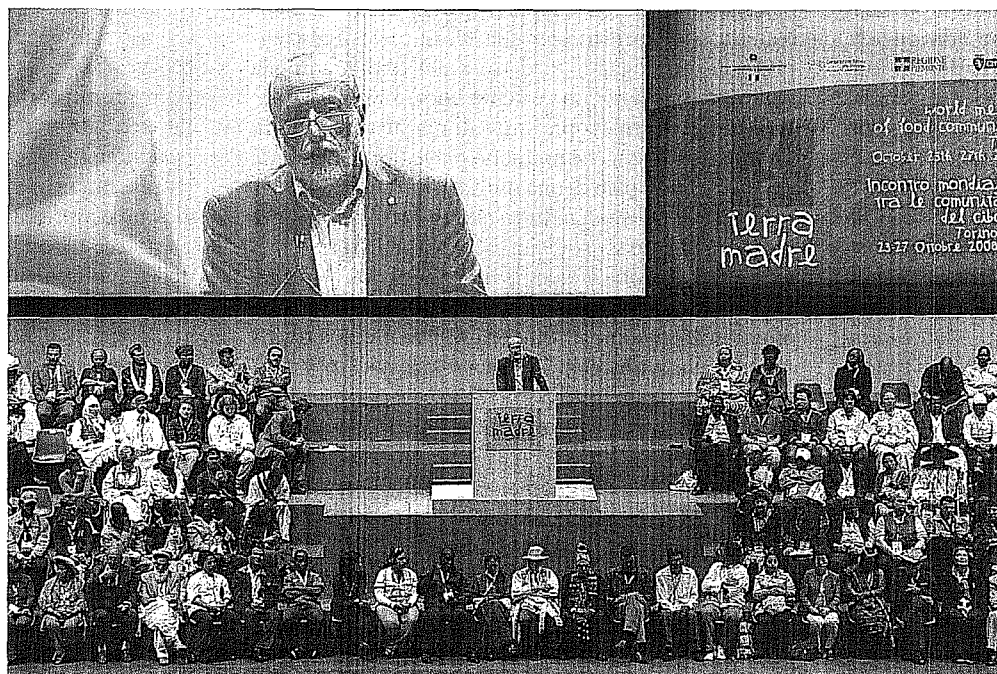
VITA: Quindi lei è favorevole alle politiche protezionistiche di Bruxelles?

PETRINI: Assolutamente no. I sussidi sono sbagliati, tanto più che di solito favoriscono i grandi a scapito dei piccoli. Sono le comunità locali a dover farsi carico del contadino. È questa la nostra denuncia. Gli States in questo senso stanno tracciando la via.

VITA: In che senso?

PETRINI: Negli Stati Uniti si stanno diffondendo e formando delle comunità di supporto che aiutano i contadini e che pagano in anticipo il prodotto agricolo. In America è veramente in atto un grande movimento. Harvard, una delle università più importanti del mondo, si sta occupando di produzione agricola, di piccoli produttori. È sconvolgente il fermento che si respira.





VITA: E qui da noi scorge qualche segnale incoraggiante?

PETRINI: In Italia i gruppi di acquisto solidali sono uno strumento innovativo che consente al cliente di pagare meno e al contadino di guadagnare di più. Occorre potenziarli. Come del resto è necessario fare con tutte le altre politiche che valorizzano la filiera corta. Non sono le merci a dover viaggiare.

VITA: Spesso però questi settori di mercato, penso all'agricoltura biologica, finiscono per essere produzione elitarie...

PETRINI: Qui sta il nodo, da domani non potrà più essere così.

VITA: I prezzi però spesso sono alti e quindi non alla portata di tutti. Non le sembra questo un nodo di difficile soluzione?

PETRINI: Lei si sbaglia. Il punto non è l'abbassamento dei prezzi, il punto è la cognizione del prezzo. Il consumatore va educato al valore e non al prezzo di un prodotto.

VITA: Qual è la differenza?

PETRINI: È molto semplice. Se tu capisci che dietro a quel determinato cibo c'è la salvaguardia del tuo ambiente e della tua salute, quel prodotto acquista valore. Se invece tutto è mercificato, allora tutto deve costare poco. E allora siamo disposti a mangiare anche la merda. È questo quello che vogliamo?

© RIPRODUZIONE RISERVATA