

Luca Mocarelli

Buono per pochi: la filiera dei paradossi

In questo breve intervento mi limiterò a svolgere alcune riflessioni riconducibili a un tema più che abusato, quello delle filiere. In proposito mi sembra interessante partire da considerazioni di carattere terminologico perché la parola filiera ha innumerevoli significati e, se si consulta il Dizionario Treccani, quello che qui interessa si trova all'ultimo posto dopo l'utilizzo del vocabolo in campo tecnologico (nel tessile e nella lavorazione dei metalli), in zoologia, in araldica, in chirurgia e addirittura in ostetricia. Ma anche quando si passa all'ambito economico la prima definizione è quella di «avviso di messa a disposizione della merce, oggetto di un contratto a termine, dato dal venditore al suo compratore, e contenente anche la richiesta del pagamento del prezzo», la filiera produttiva viene dopo¹.

È forse perché si tratta di uno strumento interpretativo e operativo affermatosi solo negli ultimi decenni, a partire proprio dal comparto agroalimentare? O forse, piuttosto, perché non è facilmente e univocamente determinabile? In effetti troviamo molte definizioni diverse di filiera in relazione alla prospettiva in cui ci si pone. Così si può ritenere la filiera «l'insieme degli agenti che direttamente o indirettamente operano lungo tutto l'itinerario economico di un prodotto dallo stadio iniziale della produzione a quello finale dell'utilizzazione» (Saccomandi, 1991, p. 212), oppure «la sequenza delle lavorazioni, effet-

1. Il Dizionario Treccani riporta ben sette diversi ambiti di utilizzo del termine filiera tra cui uno desueto e antico per in fila, per ordine (<https://www.treccani.it/vocabolario/filiera/>).

tuate in successione, al fine di trasformare le materie prime in un prodotto finito (ingl. *supply chain*)» e quindi in questa accezione «si riferisce normalmente a uno specifico prodotto, ossia al sistema delle attività economiche legate tra loro lungo tutte le fasi di trasformazione, realizzazione e distribuzione di un particolare bene» (Furlan, 2012). O ancora, in senso più stretto, l'insieme delle aziende che concorrono alla catena di fornitura di un dato prodotto. La filiera può quindi riguardare, indifferentemente e/o contemporaneamente, gli agenti (dalle imprese ai consumatori), i prodotti, le attività economiche.

Quando poi si considera l'agroalimentare la situazione si complica perché un dibattito ricorrente è quello, molto ideologico, che contrappone filiera lunga, in genere letta in modo negativo, e filiera corta, caricata invece di significati positivi. Tanto interesse per una dicotomia destinata a dissolversi man mano che le città guadagnano terreno appare per certi versi sorprendente. In effetti i centri urbani sono, sin dai tempi degli egizi e dei sumeri, concentrazioni più o meno grandi di persone che non coltivano la terra né allevano animali ma che però mangiano. Di conseguenza fin dall'antichità è stato necessario attivare filiere a geometria certamente variabile ma che tutto sono fuorché corte. E lo saranno sempre meno in relazione alla inarrestabile crescita della popolazione urbana. Già nel 2009 a livello mondiale gli abitanti delle città hanno, per la prima volta nella storia, superato quelli che vivono nelle campagne, il territorio di elezione della filiera corta, fatta ovviamente eccezione per quelle parti del mondo, ancora numerose, dove il prevalere dell'autoconsumo fa sì che non ci sia nessuna filiera².

Certo, perché ad accomunare qualsiasi tipo di filiera è la presenza di una qualche forma di mercato. Non esiste filiera senza mercato e senza scambio e questa constatazione fa emergere al-

2. Nel 2021 la popolazione urbana mondiale era già salita al 56% e l'Unione Europea stima che nel 2030 potrebbe superare l'87% (<https://ourworldindata.org/grapher/urban-share-european-commission>)

cune incongruenze che vorrei evidenziare, sia su un piano più generale, sia quando si parla di filiera corta.

Una prima questione riguarda la natura proteiforme della filiera. Quando parliamo di filiera lunga a cosa facciamo riferimento: al numero dei passaggi implicati o alle distanze percorse dai prodotti o a entrambi? Consideriamo ad esempio la produzione della pasta secca dove la filiera comprende la produzione dei cereali, la molitura, la produzione di pasta, il suo confezionamento e immagazzinamento e il trasporto fino ai punti di distribuzione per la vendita. Ora se tutto – coltivazione, produzione, confezionamento, vendita – avviene nei dintorni degli impianti della Rummo è una filiera lunga o corta? Se si considerano i passaggi implicati è certamente lunga, visto che coinvolge molti soggetti diversi, dagli agricoltori alla grande distribuzione, ma se si fa riferimento alle distanze diventa corta, visto che tutto avviene in un raggio di pochi chilometri intorno a Benevento.

Ma questa ambivalenza deriva in ultima analisi dai molti modi diversi in cui si può accostare una filiera. Alcuni ritengono ad esempio che la filiera debba privilegiare le fasi produttive, altri attribuiscono invece maggiore importanza alla presenza o meno di intermediari commerciali, ed evidentemente sono due cose assai diverse. Non è un aspetto indifferente perché molti sostengono che la filiera corta, e proprio per questo la auspicano, sia quella caratterizzata dalla presenza di pochi intermediari commerciali, con l'obiettivo di ridurli a un punto tale da arrivare al contatto diretto tra produttore e consumatore. Una soluzione che dovrebbe avvantaggiare il contadino, libero da intermediari e quindi nella condizione di fare il prezzo che ritiene più giusto, ma anche l'acquirente, che potrebbe alimentarsi con prodotti più genuini.

Il risvolto di questa situazione è però paradossale perché in molti casi in nome della superiore freschezza e qualità dei prodotti e dell'ampio ricorso al biologico, che comporta maggiori perdite di prodotto rispetto all'agricoltura chimica, i prezzi sono elevati. Di fatto ci troviamo di fronte a un'altra declinazione del modello slow food, eticamente ineccepibile e politicamente

correct, ma tendenzialmente ingiusto e classista. Infatti il pochi (prodotti) ma buoni si traduce inevitabilmente in un buono accessibile a pochi, come avviene del resto anche nel campo della ristorazione e dei presidi perché è difficile nutrire le masse a base di lardo di colonnata e di pecorino di fossa.

In realtà leggere e tenere insieme le filiere agroalimentari è complicato proprio perché si tratta di un filo che collega e fa interagire tra di loro realtà di mercato ed economiche guidate da logiche molto diverse. Se si parte da chi fornisce gli input necessari a porre in essere la filiera (sementi, concimi ecc.) troviamo infatti poche imprese oligopolistiche, in genere medio-grandi con alte barriere all'entrata, in grado di imporre i prezzi. Ma quando scendiamo nei campi la situazione è di fatto ribaltata perché siamo in presenza di tantissime piccole imprese che operano in una realtà di libera concorrenza con basse barriere all'entrata, che sono inevitabilmente price taker e che si trovano in una posizione di grande debolezza rispetto a chi sta a monte e a chi sta a valle, come le imprese trasformatrici o quelle che si occupano della distribuzione. Queste ultime sono infatti molto meno numerose, di dimensioni diversificate, con non trascurabili barriere all'entrata e soprattutto, muovendosi in una situazione di concorrenza monopolistica, sono in grado di fare i prezzi perché le imprese, pur essendo in numero considerevole, possono esercitare il proprio potere di mercato attraverso la differenziazione, anche minima, del prodotto.

In una simile situazione la filiera corta, anche quando si riuscisse a definirla in modo univoco, non solo appare di difficile realizzazione e destinata a restare una realtà di nicchia, ma risulta anche caratterizzata da problematiche significative per quanto riguarda i prezzi. Tuttavia è indubbio che, almeno a una scala micro, può essere in grado di innescare dinamiche positive, a condizione di riuscire a conciliare due istanze antitetiche. Occorre infatti riuscire a costruire dei fili corti per quanto riguarda la presenza degli intermediari commerciali, fino a una loro auspicabile eliminazione, ma al tempo stesso bisogna essere in grado di attivare fili lunghi per quanto riguarda le distanze,

dato che molto spesso i centri significativi di consumo, in particolare le grandi città, possono essere anche molto distanti dai produttori che vogliono realizzare una vendita diretta.

Un'altra possibile strategia è quella di non operare solo in direzione di una filiera unidimensionale ma di costruirne anche una bidimensionale puntando quindi, non solo sulla maggiore o minore lunghezza, ma anche sulla larghezza, in modo da coinvolgere prodotti diversi ottenuti in un territorio ben definito e delimitato (come nel caso del francese *terroir*) in modo da poter realizzare proficue sinergie. Una filiera, quindi, non solo lunga o corta ma anche allargata che richiede però la capacità di superare egoismi e particolarismi, orientandosi verso una dimensione collettiva di tipo cooperativo e/o associativa che permetterebbe tra l'altro di acquistare una maggiore forza rispetto a player esterni significativamente più forti con cui è impossibile competere singolarmente. Certo non è una cosa semplice da realizzare ma non mancano virtuosi esempi di successo in tal senso e non solo in campo agroalimentare.

Riferimenti bibliografici

Furlan, A.

2012. *Filiera*, in "Dizionario di economia e finanza", Roma, Treccani.

Saccomandi, V.

1991. *Istituzioni di economia del mercato dei prodotti agricoli*, Milano, REDA.