



SOCIETÀ ITALIANA DI
ECONOMIA AGRO-ALIMENTARE
(SIEA)

ECONOMIA AGRO-ALIMENTARE

Nuova serie - Anno XIII, N. 1-2, 2011

FRANCOANGELI

Modelli distributivi emergenti: una possibilità per le imprese non inserite nel mercato?

Giovanni Quaranta, Giovanna Cosentino, Rosanna Salvia*

Introduzione

I processi di modernizzazione e globalizzazione dei sistemi produttivi e degli scambi commerciali hanno favorito la crescita di "filiera lunghe", determinando di fatto una progressiva standardizzazione delle produzioni oltre che un allontanamento dei processi produttivi dagli specifici contesti territoriali. Da queste dinamiche sono rimaste escluse molte aziende agricole o intere aree rurali, di fatto marginalizzate dai processi in atto nel sistema agroalimentare.

L'agricoltura lucana, per le sue caratteristiche strutturali e gestionali, subisce gli effetti della globalizzazione, acuiti dalla crisi economica in corso.

In questo scenario la "filiera corta", ponendosi quale obiettivo la riduzione delle distanze (fisiche, sociali, culturali, economiche) tra mondo della produzione e mondo del consumo, sembra possa rappresentare un'alternativa percorribile, in grado di consentire ai piccoli produttori locali di recuperare margini di redditività.

Lo studio, oltre che la valutazione della diffusione di queste modalità emergenti nel contesto regionale, intende effettuare un'analisi delle imprese che accedono a questi canali distributivi. L'individuazione di caratteristiche strutturali, organizzative e culturali comuni può consentire la definizione di interventi di policy appropriati, volti ad incentivare e sostenere queste forme di "rilocalizzazione" dei consumi e della produzione, affinché diventino una opzione strategica soprattutto per le aziende scarsamente integrate nel merca-

* Dipartimento Tecnico-Economico per la Gestione del Territorio Agricolo Forestale, DITEC - Università degli Studi della Basilicata.

to ma fondamentali per la salvaguardia del capitale sociale ed ambientale regionale.

1. La filiera corta e la sua presenza in Basilicata

L'insieme delle diverse forme di filiera corta esistenti, definite come "Alternative Food Networks" (AFN) per esaltarne l'alterità rispetto ai modelli distributivi tradizionali, è riconducibile, considerandone l'articolazione nello spazio e nel tempo, a tre distinte modalità. Le forme più diffuse a livello nazionale sono quella del Farmers' market (mercati dei contadini), dei Farm shop's (vendita diretta in azienda), del Box scheme (consegna su abbonamento) e dei GAS (Gruppi di Acquisto Solidale). Il Pick-it yourself (raccolta diretta in azienda) ed il commercio elettronico stentano, invece, ad affermarsi.

I Farmers' Market

L'istituzione dei mercati degli agricoltori è prevista dalla Finanziaria 2007². La possibilità di effettuare la vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli risultava comunque già prevista dal D.Lgs. n. 228/01. Recentemente è stato approvato un disegno di legge³ che stabilisce la prescrizione, per i Comuni, di riservare all'interno dei mercati agricoli al dettaglio, situati in aree pubbliche, almeno il 20 per cento del totale dei posteggi. Nello stesso disegno di legge viene, inoltre, precisata la definizione di "chilometro zero"⁴. In Basilicata sono presenti due Farmers' Market a Potenza, di cui uno operante su base autonoma ed uno gestito dalla *Fondazione Campagnamica*, ed uno di prossima apertura a Matera, anch'esso gestito dalla medesima organizzazione.

1. Le tre modalità sono: **Face-to-face** (il consumatore acquista un prodotto direttamente dal produttore); **Spatial Proximity** (Gli alimenti sono prodotti e venduti al dettaglio nello specifico luogo (o regione) di produzione ed i consumatori sono informati della natura locale del prodotto direttamente nel luogo d'acquisto); **Spatially extended** (Caso in cui il valore ed il significato delle informazioni riguardanti il luogo di produzione vengono riportati al consumatore che si trova al di fuori di questa regione e che non ha esperienza personale di tale areale produttivo).

2. Art. 1, comma 1065.

3. Si tratta del d.d.l. recante "norme per la valorizzazione dei prodotti agricoli provenienti da filiera corta e di qualità" approvato in data 1/3/10.

4. Attribuita ad un prodotto agricolo all'interno di un range di massimo 50 chilometri di distanza tra il luogo di produzione e l'ubicazione del luogo di vendita.

I Farm shop's

La vendita in azienda, spesso associata all'attività di agriturismo, consente di rafforzare il concetto di stretto contatto tra consumatore e produttore. La ristorazione rappresenta una modalità, per le aziende, di distribuire i prodotti aziendali e di valorizzare le specialità del luogo. Il Regolamento attuativo della legge Regionale n. 17/2005, infatti, prevede che almeno il 75% della materia prima utilizzata per la preparazione dei pasti sia di provenienza aziendale. A livello regionale sono presenti 190 agriturismi di cui 18 bioagriturismi, oltre alle stesse aziende di *Campagnamica* che effettuano vendita diretta.

I Box-scheme

Prevede un contratto di medio o lungo termine (per un periodo compreso tra tre mesi ed un anno) tra uno o più agricoltori ed un gruppo di consumatori, che siano localizzati nelle vicinanze delle aziende. Ai consumatori aderenti si consegna a domicilio, con una certa regolarità, (settimanale o bisettimanale) una confezione contenente un predeterminato quantitativo di prodotti freschi, e talvolta anche secchi o trasformati. In Regione è presente un'unica iniziativa, il *Con.Pro.Bio. Lucano*, un consorzio di una trentina di produttori biologici che realizza la "*biocassetta*" destinata prevalentemente al mercato dei GAS.

I GAS (Gruppi d'Acquisto Solidale)

I GAS sono definiti dalla Finanziaria 2008⁵. In Regione sono presenti cinque GAS di cui uno operante in provincia di Matera e quattro in provincia di Potenza.

5. Le modalità attraverso le quali possono organizzarsi sono:

- **gruppo informale**: è un gruppo di persone che agisce collettivamente, senza aver registrato presso l'Agenzia delle Entrate il proprio Statuto;
- **associazione**: in questo caso è necessaria la redazione di uno Statuto e di un Atto Costitutivo sottoscritti dai soci fondatori e bisogna richiedere l'assegnazione del Codice Fiscale dell'associazione presso l'ufficio dell'Agenzia delle Entrate;
- **organizzazione di appoggio**: qualora il gruppo si appoggi ad una realtà già esistente (ad esempio una bottega del commercio Equo e Solidale) gli obblighi amministrativi sono com-

2. L'indagine diretta: primi risultati

L'indagine ha coinvolto le due modalità di filiera corta maggiormente presenti nel contesto lucano: i GAS ed i Farmers' market, utilizzando due questionari semistrutturati, di cui uno rivolto all'organizzazione del gruppo/mercato e l'altro ai produttori coinvolti.

I primi risultati mostrano che i produttori aderenti ai GAS lucani sono prevalentemente provenienti dalla zona del Materano e possiedono aziende di piccole-medie dimensioni. Principalmente sono agricoltori a tempo pieno o professionali ma non mancano altre categorie quali trasformatori ed agricoltori part-time. Non necessariamente tali fornitori fanno parte di associazioni di categoria e la modalità prescelta per fornire informazioni sul prodotto/processo è l'autocertificazione. L'adeguamento alle prescrizioni igienico-sanitarie previste dal cosiddetto Pacchetto Igiene⁶ è attualmente ancora poco rilevante nel tessuto agro-alimentare lucano, sia a causa di disinteresse da parte dei produttori sia di una scarsa informazione da parte degli Organismi di Controllo. Ciò, di fatto, si traduce in una assenza di modifiche al processo produttivo per aderire al GAS. I criteri di scelta dei produttori da parte del GAS discendono dalla carta dei valori di ogni singolo gruppo e le modalità di selezione di questi ultimi prevedono una puntuale verifica del rispetto di tali principi, realizzata anche mediante visite dirette in azienda. Uno degli aspetti distintivi dei GAS lucani e, di conseguenza, dei produttori che vi partecipano, è il fatto che, al contrario di quanto si verifica diffusamente in Italia, non viene necessariamente richiesta la certificazione biologica. L'insieme di deroghe previste dal punto di vista fiscale e di etichettatura⁷ degli alimenti per i GAS sembrano facilitare l'inserimento, in questo modello distributivo, di piccoli produttori non in grado di sostenere i costi economici e gestionali legati all'ingresso nei circuiti distributivi tradizionali.

I primi risultati relativi ai Farmers' Market evidenziano che i produttori hanno una provenienza regionale. Le dimensioni aziendali sono in questo caso differenti dai produttori aderenti ai GAS, con una prevalenza delle aziende di medie-grandi dimensioni, seguiti da produttori con aziende di piccole dimensioni e produttori facenti parte di consorzi ed OP. I produttori sono prevalentemente aderenti alla Coldiretti che è l'associazione di categoria che gestisce

6. Il Pacchetto Igiene si compone di quattro Regolamenti principali (Reg. 853/04, 854/04, 882/04), di altri quattro attuativi (Reg. 2073/05, 2074/05, 2075/05, 2076/05) e di linee guida relative all'implementazione dell'HACCP in alcuni particolari processi produttivi.

7. Le suddette deroghe derivano dal fatto che si tratti di attività di acquisto collettivo e non di compravendita. A seconda della modalità organizzativa sono previste deroghe fiscali differenziate mentre, l'etichettatura risulta obbligatoria solo per prodotti di origine animale e/o tra-

sce il mercato⁸, sono principalmente agricoltori a tempo pieno, seguiti da altre tipologie quali agricoltori professionali e part-time. Anche in questo caso non si verificano modifiche al processo produttivo per l'adeguamento alla normativa igienico-sanitaria. I requisiti richiesti ai produttori per l'adesione al mercato sono la DIA, l'iscrizione alla Camera di Commercio e la sottoscrizione di uno statuto interno. All'interno del mercato è, inoltre, presente un meccanismo di controllo sui prezzi che si realizza in una riduzione del 30% rispetto a *sms consumatori*⁹.

Conclusioni

La recente diffusione in Basilicata di esperienze di filiera corta incontra da un lato una situazione di crisi che colpisce principalmente i piccoli produttori, molto presenti in ambito regionale e, dall'altro, l'emergere di un nuovo modello di consumo etico. Lo studio finora realizzato, per le due modalità maggiormente presenti di filiera corta, evidenzia alcune differenze sostanziali soprattutto nelle forme di accesso alle stesse.

I produttori che si inseriscono nei Farmers' Market incontrano una serie di barriere/requisiti richiesti all'ingresso del tutto analoghe a quelle richieste per l'accesso alla distribuzione tradizionale. La politica di contenimento dei prezzi costituisce un elemento di criticità nel funzionamento del mercato e grava pesantemente sui bilanci dei produttori. Le stesse modalità organizzative riscontrate attualmente non facilitano l'ingresso dei piccoli produttori locali.

Nel caso dei GAS, invece, i produttori sono per lo più di piccole dimensioni e l'insieme delle deroghe previste per i gruppi ne facilita la partecipazione.

Le rilevazioni finora effettuate evidenziano la possibilità, per il policy maker, di definire strumenti differenziati per incentivare/regolamentare le diverse iniziative di filiera corta, al fine di creare delle opportunità di sviluppo per il tessuto produttivo locale.

Bibliografia

Marsden T., Banks J., Bristow G. (2000), "Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development", *Sociologia Ruralis*, 40(4).

8. Il Farmers' Market è organizzato dalla *Fondazione Campesana della Coldiretti* che si occupa principalmente della vendita diretta in Italia.

9. Un servizio ministeriale che rileva i prezzi di un paniere di circa 80 prodotti agroalimen-

- Murdoch M., Miele M. (1999), "'Back to Nature': Changing 'World of Production' in the Food Sector", *Sociologia Ruralis*, 39(4).
- Raffaelli R., Coser L., Gios G. (2009), "Esperienze di filiera corta nell'agro-alimentare: un'indagine esplorativa in provincia di Trento", *Rivista di Economia Agraria*, n. 1.
- Renting H., Marsden T., Banks J. (2003), "Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development", *Environment and Planning*, 38.

La passione per le conoscenze

€ 49,00 (i.i.)
(R54.2011.1-2)

ISSN 1126-1668

Poste Italiane Spa - Sped. in Abb. Post. - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano - FrancoAngeli, viale Monza 106, 20127 Milano, I e II quadrimestre 2011