



Value Chains and Food in the Days of COVID-19. An Exploratory Research on Short Supply Chains in Italy

Corrado, A.^a; Fama, M.^b

(a) Univ. della Calabria, Dip.to di Scienze Politiche e Sociali, Rende, mail a.corrado@unical.it
ORCID: 0000-0003-3817-0235

(b) Univ. della Calabria, Dip.to di Scienze Politiche e Sociali, Rende, mail marco.fama@unical.it
ORCID: 0000-0002-7709-0388

To cite this article: Corrado, A., Fama, M. (2021). Catene del valore e cibo ai tempi del COVID-19. Una ricerca esplorativa sulle filiere corte in Italia, *Fuori Luogo Rivista di Sociologia del Territorio, Turismo, Tecnologia*. Volume 9 – Issue 1/2021. Pages 30-44. DOI: 10.6093/2723-9608/8012

To link to this article: <https://doi.org/10.6093/2723-9608/8012>



Manuscript accepted: 25/04/2021
Manuscript revised: 13/06/2021
Published: 26/06/2021

ABSTRACT

The debate on the impact that the COVID-19 pandemic has had on the agri-food system is animated by contrasting positions. While some authors tend to emphasize the great resilience shown by food chains at a global level, others argue that the pandemic is exacerbating the contradictions that characterize the industrial agri-food system. The article aims to contribute to this debate by analyzing the effects of the pandemic on the Italian agri-food system. The authors analyze the way the pandemic crisis has affected the diverse agri-food chains, particularly focusing on short supply chains. Short supply chains are generally portrayed as a valid alternative to the dominant agri-business model, although more needs to be learned about their actual strengths and weaknesses. The pandemic provides an opportunity to test whether short supply chains are able to react to a global shock. It also serves to shed light on the factors that may affect, both positively and negatively, the capacity of short supply chains to address ongoing transformation of the "environmental and corporate" food regime. Starting from this assumption, the article presents the results of qualitative research exploring the reactions that short supply chains displayed to cope with the problems that emerged in the aftermath of the pandemic outbreak. As the authors show, the pandemic has highlighted some weaknesses of short supply chains. At the same time, these supply chains have also shown a great resilience and capacity for innovation. In any case, the pandemic has provided important indications to be considered at a policy level.

KEYWORDS

COVID-19;
agri-food system;
short supply
chains;
alternative food
chains;
food regimes



Alessandra Corrado, Marco Fama¹

Catene del valore e cibo ai tempi del Covid-19. Una ricerca esplorativa sulle filiere corte in Italia²

1. Introduzione

Il dibattito sull'impatto che la pandemia da Covid-19 ha avuto sul sistema agroalimentare è animato da posizioni molto contrastanti. Alcuni autori tendono a sottolineare la grande capacità di resilienza mostrata dalle catene del cibo a livello globale, enfatizzando i benefici derivanti dall'espansione del commercio agricolo e dai processi di meccanizzazione e di digitalizzazione degli ultimi lustri (OECD, 2020; Reardon, Swinnen, 2020; Torero, 2020). Altri autori, invece, sostengono che la pandemia stia acuendo le contraddizioni che caratterizzano il sistema agroalimentare industriale – in termini di impatto ambientale, asimmetrie di potere, volatilità dei prezzi, sfruttamento del lavoro, biforcazione delle diete alimentari – invocando riforme tese a promuovere modelli alternativi a quello dell'agro-industria e delle catene del valore globali, che mettano al centro i principi della sovranità alimentare e dell'agroecologia (Altieri, Nicholls, 2020; Blay-Palmer *et al.* 2020; Clapp, Moseley, 2020; HLPE, 2020; van der Ploeg, 2020).

Questo articolo intende contribuire a tale dibattito analizzando l'impatto della pandemia sul sistema agroalimentare italiano e sulle diverse catene del valore. Rispetto a ciò, i pochi dati disponibili suggeriscono che la Grande Distribuzione Organizzata (GDO) sia riuscita addirittura a trarre beneficio dalla crisi pandemica, ma non è chiaro quale siano stati gli effetti della stessa sulle filiere corte, cioè su quei meccanismi di vendita basati su un rapporto diretto tra produttori e consumatori e che, proprio poichè caratterizzati dall'assenza di intermediari, consentono di trattenere quote maggiori di valore a valle dei processi produttivi.

Nelle pagine che seguono vengono presentati i risultati di una ricerca tesa a comprendere se e come le filiere corte siano state in grado di reagire nei confronti di uno shock di portata globale quale quello pandemico. Gli effetti della pandemia vengono comunque letti in un'ottica sistemica e di lungo periodo, tenendo conto anche delle traiettorie di sviluppo dell'agroalimentare italiano e delle più ampie trasformazioni che stanno interessando il cosiddetto "regime alimentare ambientale e delle corporation" (Friedmann, 2005; McMichael, 2016).

L'articolo è strutturato in cinque paragrafi. Il quadro teorico, facendo riferimento alla teoria dei *food regimes*, evidenzia le tensioni e le criticità che contraddistinguono il regime agroalimentare contemporaneo e i meccanismi di distribuzione del valore a questo sottesi (§1). Vengono quindi segnalate le tendenze che interessano in modo emblematico il comparto agroalimentare italiano (§2), offrendo una istantanea degli effetti immediati che la pandemia ha avuto su di esso attraverso l'analisi dei dati statistici disponibili (§3). Dopo aver illustrato il metodo di ricerca (§4), l'ultima parte dell'articolo presenta l'analisi delle interviste condotte con alcuni attori chiave selezionati in contesti specifici del Nord e del Sud Italia (§5). Le conclusioni ritornano sui risultati della ricerca, della quale è opportuno sin da ora sottolineare il carattere esplorativo, delineando delle possibili piste per approfondimenti futuri.

¹ Alessandra Corrado, Università della Calabria, Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali, Rende. ORCID: 0000-0003-3817-0235. a.corrado@unical.it - Marco Fama, Università della Calabria, Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali, Rende. ORCID: 0000-0002-7709-0388. marco.fama@unical.it

² Received: 25/04/2021. Revised: 13/06/2021. Accepted: 26/06/2021.

2. I sistemi agroalimentari nella prospettiva dei *food regimes*

La teoria dei *food regimes*, sviluppata dalla fine degli anni Ottanta da Harriett Friedmann e Philip McMichael, rappresenta una delle più originali chiavi di lettura applicate allo studio delle trasformazioni dell'agricoltura e del mondo rurale. Tali trasformazioni vengono analizzate in una prospettiva storica e sistemica, e messe in relazione con i più ampi processi di ristrutturazione dell'economia mondo capitalista. Entro questa cornice, gli ultimi decenni del secolo scorso vengono letti come scenario della transizione dal regime alimentare "mercantile-industriale", sotto l'egemonia degli Stati Uniti, al cosiddetto regime "ambientale e delle corporation", sotto l'egida dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (Friedmann, 2005; McMichael, 2016).

La nascita di questo nuovo regime alimentare ha visto lo strutturarsi di catene globali del valore dominate dalle imprese transnazionali del cibo, ma anche la crescente diffusione di pratiche di produzione e consumo ispirate da una nuova "sensibilità ecologica", incentrate su stili aziendali eterogenei e sulla domanda di cibi salubri, di qualità e legati alle identità dei territori (Goodman, 2003).

Concetti quali quelli di "qualità" e "sostenibilità" sono progressivamente diventati il fulcro di un nuovo ordine discorsivo che si è imposto definitivamente nel corso degli anni Novanta, obbligando i governi a rivedere le proprie agende politiche e gli attori economici a riconsiderare le proprie strategie di impresa. Si è così assistito alla proliferazione di pratiche "verdi" e orientate alla produzione di cibo di "qualità", che si sono andate affiancando ai modelli convenzionali, talvolta ricombinandosi con essi. Tale processo è stato stimolato anche dall'introduzione di nuovi sistemi di certificazione e nuove regolamentazioni, come avvenuto in Europa attraverso le riforme della Politica Agricola Comune (PAC) e del meccanismo degli aiuti a questa sotteso (Corrado, 2016).

Nel contesto descritto, l'Italia, anche attraverso la retorica del Made in Italy (Brunori *et al.*, 2013), ha assunto un ruolo di primo piano, diventando il primo Paese in Europa per numero di prodotti certificati di qualità, nonché una delle principali realtà a livello mondiale nel settore dell'agricoltura biologica. L'attenzione per la qualità del cibo e per le identità dei singoli territori è stata anche al centro dei processi di innovazione intrapresi dalle aziende agricole italiane, molte delle quali hanno puntato a diversificare le proprie attività in un'ottica multifunzionale.

Questi risultati non possono tuttavia essere analizzati senza considerare anche gli elementi di ambiguità che caratterizzano il regime alimentare ambientale e delle corporation. Varie analisi hanno messo in luce come concetti quali quelli di "sostenibilità" e di "qualità" siano stati oggetto di un processo di riappropriazione dall'alto che ha consentito di rivitalizzare le dinamiche dell'accumulazione capitalistica creando nuove forme di controllo e di appropriazione della ricchezza ad opera delle imprese transnazionali (Friedmann, 2005; Corrado *et al.*, 2018).

La crescente richiesta di beni alimentari sostenibili e di qualità non ha peraltro impedito che si verificasse, parallelamente, un processo di standardizzazione del cibo e di omologazione dei consumi trainato dalla cosiddetta «rivoluzione dei supermercati» (McMichael, Friedmann, 2007) e dal sempre più capillare controllo esercitato sulle filiere produttive da parte della GDO.

Sul lato della domanda, tali dinamiche hanno dato luogo ad una vera e propria biforcazione delle diete alimentari, sintetizzabile nella formula *food from somewhere vs food from nowhere*, vale a dire nella contrapposizione tra un cibo di qualità destinato a consumatori abbienti, da un lato, e un cibo per consumatori dotati di scarso potere di acquisto, dall'altro (McMichael, 2002; Campbell, 2009).

Ancora più problematici sono stati gli effetti sul lato dell'offerta, dove è cresciuta la capacità delle imprese ai vertici delle catene globali del valore di dettare i prezzi e le condizioni di produzione. Ciò ha leso ulteriormente l'autonomia degli agricoltori, ma ha anche innescato processi di segmentazione del lavoro agricolo, in cui si è registrato un forte incremento della componente straniera, anche in ragione della scelta di abbattere i costi di produzione in modo da poter far fronte alle pressioni esercitate dai mercati globali.

Queste contraddizioni non hanno risparmiato le filiere votate alla produzione di cibo biologico e di qualità, che sono andate incontro a dei processi di convenzionalizzazione (Corrado *et al.*, 2018). Soprattutto, la gestione privatistica dei sistemi di certificazione e di definizione degli standard di qualità, incentrata su un oligopolio dominato dalle stesse realtà della grande distribuzione organizzata, ha prodotto nuove forme di controllo e processi di istituzionalizzazione delle pratiche non convenzionali guidati dalle logiche di mercato (De Castro *et al.* 2021).

All'interno di queste dinamiche, già a partire dagli anni Novanta, si assiste all'emergere di nuove mobilitazioni sociali, di pratiche di resistenza e di processi di ricontadinizzazione animati dal desiderio di implementare forme organizzative alternative, attraverso cui contrastare i danni sociali e ambientali connessi al modello dell'agro-industria (van der Ploeg, 2008). In Italia, come altrove, si è assistito alla proliferazione delle cosiddette reti alimentari alternative, che puntano a costruire dei sistemi alimentari di approvvigionamento riterritorializzati, decentralizzati e alternativi a quello agro-industriale (Sivini, Corrado 2013; Forno, Maurano, 2016).

Se per un verso, dunque, il modello dell'agroindustria si è imposto su più livelli, per l'altro, è possibile anche scorgere varie tendenze di segno opposto. Del resto, non risulta sempre agevole individuare delle nette linee di demarcazione tra pratiche che possono considerarsi come alternative e pratiche convenzionali. Indubbiamente, la qualità del cibo – variamente intesa come sinonimo di salubrità, identità, artigianalità, sostenibilità ambientale e sociale – rimane l'elemento trainante delle attuali traiettorie di sviluppo del sistema agroalimentare e dei processi di innovazione in atto. Essa resta però al centro di una narrazione contesa tra attori spesso animati da visioni diametralmente opposte, ma che in taluni casi presentano anche degli elementi di contiguità.

Da un lato, l'attenzione alla qualità, connessa con la valorizzazione dell'identità dei territori, rappresenta un elemento fondamentale delle strategie di adattamento e di differenziazione adottate dai piccoli produttori, stimolando la nascita di reti e di pratiche di innovazione multifunzionale attraverso cui far fronte alla concorrenza di costo dell'agricoltura convenzionale. Dall'altro, una certa idea di qualità, definita prevalentemente in termini tecnologici e di sicurezza alimentare, è al centro delle retoriche riprodotte proprio dagli attori ai vertici del settore agroalimentare, nonché dei processi di innovazione/riconversione intrapresi dai produttori a vario titolo inseriti nei circuiti della grande distribuzione o delle piattaforme online di distribuzione e sospinti da una combinazione di finanziamenti pubblici e opportunità di mercato.

3. Il sistema agroalimentare italiano

Pure a fronte delle significative trasformazioni che, a partire dal Secondo dopoguerra, hanno portato alla definizione di un complesso agro-alimentare industriale importante, la struttura del sistema agrario italiano continua ad essere caratterizzata da una significativa persistenza, specie nelle aree del Sud, di unità produttive dalle dimensioni ridotte, aderenti ad un modello "contadino" e pluriattive. Si può in tal senso parlare di una "modernizzazione incompleta" (Fonte, Cucco, 2015), ma anche guardare "oltre la modernizzazione" (Ploeg, 2006) e riconoscere come la coesistenza di modelli produttivi e forme organizzative eterogenei abbia consentito all'agricoltura italiana di mantenere un certo dinamismo e di intercettare i cambiamenti che si sono globalmente verificati a partire dagli anni Ottanta.

Indubbiamente, seppur in un quadro caratterizzato da una elevatissima mortalità delle aziende agricole e da una tendenziale crescita delle dimensioni medie di queste, l'agricoltura di piccola scala continua a rappresentare l'asse su cui poggia l'intero sistema agroalimentare nazionale (Onorati, Conti, 2016), il quale assorbe il 6% della forza-lavoro e conta oltre 1.100.000 realtà produttive (ISMEA, 2021). La dimensione media delle aziende agricole italiane resta inferiore a quella delle imprese europee, ma va sottolineata la capillare presenza di reti di imprese e di altre strutture intermedie – composte da una molteplicità di attori sia pubblici che privati – in cui la dimensione locale si intreccia con quella globale sulla base di rapporti di filiera e strategie di mercato diversificate.

Nel 2019 l'intero comparto agroalimentare ha apportato all'economia nazionale una quota di valore aggiunto pari al 4%, collocandosi al primo posto della classifica europea per valore aggiunto agricolo (ISMEA, 2021). Tuttavia, i dati relativi agli ultimi dieci anni evidenziano un andamento altalenante di un settore che ha dovuto fare i conti sia con gli effetti della congiuntura economica sfavorevole che con il crescente impatto dei cambiamenti climatici.

Per quanto riguarda la produzione agricola in senso stretto, si è assistito ad un lieve decremento dei volumi e a un sostanziale ristagno dei livelli di produttività e di occupazione. D'altra parte, è cresciuta considerevolmente – specialmente nelle aree del sud – l'incidenza dell'agricoltura biologica, che è arrivata a superare il 15% della Superficie Agricola Utilizzata (SAU) nazionale, dando vita a un mercato in cui ad oggi sono presenti più di 80.000 operatori (SINAB, 2020).

Dal 2010 al 2019 l'Italia ha visto peggiorare il saldo della propria bilancia commerciale relativa ai prodotti agricoli di 2,8 miliardi di Euro. Parallelamente, tuttavia, è migliorato nettamente il saldo dell'industria alimentare, passato dai -3,1 miliardi del 2010 ai +7,4 miliardi del 2019. L'aumento delle esportazioni, trainate soprattutto dai prodotti Made in Italy e biologici, si è accompagnato ad un generale incremento dei fatturati delle imprese, così come ad un significativo aumento degli investimenti. Stando ai dati complessivi relativi all'andamento della bilancia agroalimentare, l'Italia, quindi, si profila sempre di più come paese trasformatore di prodotti di qualità realizzati anche con materie prime provenienti dall'estero (ISMEA, 2020, p. 2).

Sul lato della domanda interna, il sensibile calo dei redditi registrato a partire dalla crisi del 2007 ha avuto delle ripercussioni anche sulla spesa per prodotti alimentari, benché quest'ultima, abbia mostrato una dinamica meno negativa rispetto a quella della domanda complessiva e sia stata, almeno in parte, controbilanciata dalla crescita dei consumi "fuori casa". Il calo generalizzato della spesa alimentare ha coinciso con una riorganizzazione dell'intero sistema distributivo, che nel corso degli ultimi dieci anni ha visto scomparire oltre 72.000 esercizi commerciali; i punti vendita della GDO sono invece aumentati di circa 3.000 unità (CREA, 2021).

È in ogni caso degno di nota il costante incremento della componente della domanda ascrivibile alle pratiche di "consumo responsabile" che si rivolgono a canali alternativi, quali i gruppi di acquisto solidale (GAS) o il commercio equo e solidale (Forno, Graziano, 2018), e che ambiscono a riequilibrare i rapporti di forza su cui si reggono le catene del valore dominate dalla GDO. In proposito, è da sottolineare come nel corso degli ultimi dieci anni si sia verificata una accentuata contrazione dei margini di profitto dei produttori, penalizzati da una crescita più che doppia dei costi degli input rispetto a quella dei prezzi alla produzione (ISTAT, 2020). Questa dinamica riflette le profonde asimmetrie di potere che caratterizzano le relazioni di filiera, in cui i produttori si trovano a dover subire sia la posizione oligopsonistica dei loro acquirenti che quella oligopolistica dei loro fornitori di beni e servizi (Nucera *et al.*, 2016). I dati relativi alla distribuzione del valore lungo la catena certificano la debolezza strutturale degli attori che operano a monte di essa, i quali per ogni 100 euro spesi dal consumatore finale ricavano appena 6 euro di utile nel caso dei prodotti agricoli freschi e meno di 2 euro nel caso degli altri beni alimentari (ISMEA, 2018).

La riduzione dei margini di profitto dei produttori, e la conseguente necessità per questi di contenere i propri costi di produzione, ha a sua volta alimentato un'intensificazione dello sfruttamento del lavoro agricolo, favorendo la diffusione di un modello che, oltre a presentare degli evidenti problemi di natura etica, risulta anche inefficiente dal punto di vista economico (Nucera *et al.*, 2016). Come osservato da ISMEA nel rapporto del 2018 sulla competitività dell'agroalimentare italiano, gli attuali equilibri di filiera, in larga misura basati sul paradigma della standardizzazione, della riduzione dei costi per unità di prodotto e della massa critica necessaria per rendere più efficiente la logistica, sono ormai entrati in crisi. Nello stesso documento si sottolinea come l'evoluzione della domanda del consumatore finale «in favore di una componente fair legata ai rapporti di filiera», potrebbe, in prospettiva, trasformarsi in un fattore in grado di riequilibrare i rapporti all'interno della catena produttiva, ma anche di incrementare la competitività e la capacità di produrre valore del sistema nazionale (ISMEA, 2018, p. 8-9).

Nel chiamare in causa le abitudini di consumo non è però sufficiente soffermarsi sugli aspetti culturali che influiscono su di esse, ma occorre valutare le soggiacenti dinamiche strutturali. Si tratta quindi di analizzare, oltre alle modalità di produzione e di distribuzione del valore, i fattori che influiscono sulla determinazione dei prezzi al consumo e sulle variazioni del potere d'acquisto delle famiglie.

4. Alcuni dati sull'impatto della pandemia

La crisi pandemica esplosa nel marzo del 2020 ha determinato dei nuovi elementi di incertezza all'interno di un quadro di per sé non semplice da decifrare.

Le misure di regolarizzazione dei lavoratori migranti adottate d'urgenza nelle prime fasi della pandemia, in forma comunque eccezionale e temporanea, hanno messo in evidenza quanto il settore agroalimentare italiano sia "dipendente" dalla manodopera straniera (in condizioni di sfruttamento) e, in ultima istanza, incentrato su una strategia competitiva che passa soprattutto attraverso l'abbattimento del costo del lavoro (Corrado, 2021; Corrado, Palumbo 2021). Inoltre, il crollo del commercio globale prodotto dalla propagazione del Covid-19, in un contesto già di per sé segnato da crescenti tensioni commerciali, pone dei seri ostacoli alle prospettive di crescita dell'industria alimentare italiana, che aveva trovato nell'export il proprio motore trainante.

I dati relativi al 2020 rivelano, stando alle stime preliminari dell'Istat (2021), un calo del 3,3% del volume della produzione agricola, del 6,1% del valore aggiunto lordo ai prezzi base e del 2,4% delle unità di lavoro. L'incremento dell'export agroalimentare si è ridotto fortemente, passando dal +7% del 2019 al +1,7% del 2020, ma sono crollate anche le importazioni portando, per la prima volta, il saldo della bilancia agroalimentare italiana in positivo.

Alcuni dati significativi emergono guardando alle abitudini dei consumatori nella scelta dei canali di acquisto. In proposito, occorre segnalare le performance estremamente positive della GDO, che nel 2020 ha fatto registrare una crescita considerevole sia dei volumi che dei ricavi delle vendite, con dei picchi senza precedenti durante le fasi di lockdown (IRI, 2020). La sostanziale chiusura del canale Horeca (*Hotellerie, restaurant, café*) e l'incertezza normativa che ha riguardato i mercati all'aperto e i venditori ambulanti ha spinto verso l'alto le vendite della GDO, soprattutto quelle dei Discount, cresciute del 9,5% su base annua (ISMEA, 2021). Vanno però registrate le performance ancora più positive dei negozi di prossimità indipendenti, che pur rappresentano solo il 13% dello share di mercato, le cui vendite sono cresciute del 18,9%. Infine, occorre sottolineare l'incremento esponenziale del canale e-commerce, cresciuto del 117% rispetto al 2019. Nel corso del 2020 una famiglia su quattro ha acquistato ortofrutta online dai siti della grande distribuzione, mentre un ulteriore 15% delle famiglie si è rivolto direttamente a siti di produttori o a mercati agricoli online³.

Risulta più complicato individuare dei dati capaci di mostrare – anche solo in maniera indicativa – quale sia stato l'impatto della pandemia sulle filiere corte, vale a dire su tutti quei canali di commercializzazione – dalla vendita in azienda ai mercati contadini, fino ai gruppi di acquisto – che prevedono un rapporto diretto, o quasi, tra produttore e consumatore. Presumibilmente, questi canali sono quelli ad aver maggiormente risentito delle misure restrittive che hanno caratterizzato le prime fasi della pandemia. Non a caso, i picchi più elevati nelle vendite della GDO si sono registrati in occasione del primo lockdown (IRI, 2020), durante il quale molti produttori hanno dovuto fare i conti con la chiusura dei mercati all'aperto e con una incertezza normativa che ha finito col penalizzare anche le altre forme di commercializzazione diretta.

Nonostante ciò, secondo i risultati di un'indagine ISMEA (2021), nel 2020 si è registrato un sensibile aumento del numero delle imprese agricole che praticano la vendita diretta, evenienza che

³ Dati elaborati da F&V Organic Monitor, osservatorio curato da Nomisma e promosso da Assobio con il supporto di ACI (Alleanza Cooperative Italiane).

ha consentito al fatturato di questo canale di superare i 6,5 miliardi di euro. I produttori che preferiscono raggiungere in autonomia il consumatore finale sono aumentati di circa il 5% rispetto al 2019, arrivando a rappresentare il 21,7% del campione analizzato da ISMEA. Ad aumentare è stata anche la quota produttiva da questi mediamente destinata alla vendita diretta, passata dal 73,1% del 2019 all'82% del 2020.

Anche in ragione delle problematiche legate alle chiusure iniziali, la pandemia pare dunque aver stimolato molte imprese agricole «a individuare nuove soluzioni per superare le difficoltà logistiche e organizzative dei canali consueti», spingendole ad orientarsi verso la vendita diretta e ad utilizzare strumenti digitali (ISMEA, 2021, p. 5)⁴.

5. Metodo e contesto della ricerca

Con l'obiettivo di sondare la capacità di resilienza dei canali alternativi a quelli della GDO, abbiamo condotto 20 interviste semi-strutturate con alcune realtà che si ispirano ai principi della filiera corta, considerando attori ed esperienze con interessi e visioni anche diverse.

Le interviste hanno inteso indagare: i problemi emersi durante le prime fasi della pandemia; gli effetti che la pandemia ha avuto sulle performance economiche e sulle vendite; le soluzioni adottate per far fronte alle criticità emerse; i rischi e le eventuali opportunità percepiti. Ci sembra in ogni caso opportuno sottolineare il carattere esplorativo della ricerca, tenuto conto della natura fluida e in divenire della pandemia in corso, nonché delle difficoltà di accesso al campo riscontrate per via delle restrizioni legate all'emergenza sanitaria.

Le interviste sono state condotte con attori chiave, selezionati perché rappresentativi di esperienze diverse di filiera corta: Coldiretti, Slow Food, GAS, piattaforme, associazioni e aziende agricole. La somministrazione è avvenuta tra agosto e settembre del 2020 nella provincia di Bergamo (16) e a marzo del 2021 in Calabria (4). Abbiamo scelto di concentrarci in particolare sulla provincia di Bergamo poiché si tratta di uno dei territori in assoluto più colpiti durante le prime fasi della pandemia. Le interviste condotte in Calabria sono servite ad avere un termine di paragone attraverso cui riuscire a tener conto anche delle differenze significative che, all'interno dell'Italia, si registrano in termini di strutture agrarie e mercati, livelli di urbanizzazione e rapporti territoriali, forme di consumo, esperienze di filiere corte e reti alternative.

L'agricoltura bergamasca si caratterizza per la coesistenza di diversi modelli produttivi, con una predominanza dell'agro-industria nelle zone pianeggianti a Sud e un maggior ricorso alla multifunzionalità da parte delle imprese che operano nelle zone collinari e di montagna (Maurano, Forno, 2017). L'area si contraddistingue inoltre per una elevata densità di reti e associazioni che si ispirano ai principi della filiera corta e/o dell'economia solidale (*ibidem*). Nel territorio della bergamasca sono attualmente presenti 28 mercati e 318 produttori a filiera corta, 52 GAS e 54 orti urbani.⁵

La Calabria è tra le prime regioni per produzioni, superfici e aziende biologiche, ma anche per numero di piccole aziende familiari orientate all'autoconsumo. La densità delle reti e delle associazioni che si ispirano ai principi della filiera corta è qui decisamente più ridotta, ma è frequente la partecipazione dei produttori locali a reti di vendita diretta extra-territoriali o extra-regionali, basate nel Centro-Nord. In tutto il territorio regionale sono censiti complessivamente 50 mercati contadini,

⁴ Con la legge di bilancio del 2021, il governo italiano ha esteso la possibilità per le imprese agricole, già introdotta col DL n. 91 del 2014, di usufruire di un credito d'imposta per la realizzazione o l'ampliamento di infrastrutture informatiche finalizzate al potenziamento del commercio elettronico.

⁵ Dati elaborati nell'ambito del progetto Bergamo Green coordinato dal Bio-distretto dell'Agricoltura Sociale di Bergamo (www.bergamogreen.net).

18 GAS, 418 negozi aziendali, 1 GODO - Gruppo organizzato di Domanda e Offerta (D'Amico *et al.*, 2016).

In generale, le forme di vendita diretta, di consumo critico e organizzate collettivamente (quali ad esempio i GAS), hanno una distribuzione territoriale molto disomogenea a livello nazionale, con una concentrazione nelle regioni del Centro-Nord e in Lombardia, dove la loro emersione e moltiplicazione ha inteso rispondere alla domanda di socialità e qualità della vita (cfr. Sivini, 2008). Nelle regioni del Sud, sono invece prevalenti forme di auto-consumo e di scambio maggiormente informali e, anche in virtù della specializzazione produttiva in ortofrutta e olio, circuiti di vendita diretta extra-territoriali o extra-regionali (ad esempio attraverso i GAS).

6. Analisi dei risultati

Le restrizioni alla mobilità e al funzionamento delle attività economiche e commerciali non essenziali adottate nel marzo del 2020 hanno avuto un impatto immediato sull'operatività di gran parte delle realtà intervistate.

Durante la prime fasi di lockdown, i produttori sono stati fortemente penalizzati dalla chiusura degli spacci aziendali, dei mercati locali e del canale Horeca. Anche i canali autorizzati all'apertura hanno subito degli importanti cali di affluenza.

Ciò è certamente avvenuto per le aziende Coldiretti, la maggiore associazione di rappresentanza e assistenza dell'agricoltura italiana. Coldiretti, che ha progressivamente sposato la tutela del Made in Italy in una prospettiva sovranista e protezionista, ha adottato una strategia (Campagna Amica) tesa ad aumentare il valore aggiunto dei prodotti agricoli e ad ottenere un migliore equilibrio dei rapporti di filiera attraverso la promozione di vari canali di vendita diretta (come i mercati contadini), il turismo e l'ecosostenibilità; ciò, tuttavia, senza mettere in discussione il modello produttivo intensivo-industriale, orientato alla modernizzazione, l'approvvigionamento di materie prime a basso costo e di organismi geneticamente modificati (OGM) sui mercati internazionali (ad esempio per l'alimentazione animale) ed anche l'integrazione all'interno delle filiere lunghe, attraverso una diversificazione dei canali di vendita.

Per le aziende aderenti all'organizzazione, la pandemia ha comportato innanzitutto un significativo calo della clientela, come si evince nella testimonianza qui di seguito:

«Durante il lockdown e anche subito dopo abbiamo registrato un calo delle vendite di oltre il 60% [...] La paura del contagio e ovviamente le norme restrittive applicate con i vari DPCM [Decreto Del Presidente Del Consiglio Dei Ministri] relativamente agli spostamenti hanno generato anche un blocco delle vendite dirette, soprattutto per quelle che si effettuano presso le aziende. Stessa cosa nei nostri mercati di Campagna Amica. Diciamo che la pandemia ha generato un nuovo modello di fare la spesa. Le famiglie si sono orientate maggiormente sui prodotti a lunga conservazione, concentrando gli acquisti ad una volta ogni quindici giorni, preferendo il prodotto a lunga conservazione che ti consente di prolungare la durata della spesa che hai inserito nel carrello. Quindi questo ha spostato anche gli acquisti verso la GDO» (Presidente Coldiretti Calabria).

Nel caso dei GAS – movimento nato a partire dalla metà degli anni '90 per costruire un'"alternativa" rispetto al sistema agro-alimentare dominante attraverso il sostegno alle aziende contadine, la promozione di pratiche agroecologiche e l'utilizzo di metodi di certificazione partecipativa – i problemi, invece, sono stati prevalentemente di carattere logistico e dovuti all'incertezza normativa che ha caratterizzato le prime fasi della pandemia. In molti casi, infatti, i GAS sono privi di una organizzazione formale e non sono assimilati ad una attività economica o commerciale essenziale; pertanto, si sono visti costretti a sospendere completamente le proprie attività in attesa di chiarimenti da parte delle prefetture:

«Nel periodo di marzo gli ordini sono stati sospesi, perché la circolazione in auto era limitata a esigenze lavorative, di necessità inderogabili e di salute. Tramite Rete Gas Bergamo eravamo

infatti informati che la prefettura non equiparava il nostro modo di acquistare ad una normale spesa, e quindi rischiavamo multe in caso di controlli» (GAS Vallebrembana).

«Noi come GAS all'inizio non sapevamo neanche se potevamo agire. Perché c'era il disagio di capire se una volta ordinato da un produttore che faceva consegna al referente, potesse effettivamente essere ritirata la merce dagli altri gasisti con la fantomatica autorizzazione. Siamo stati quindi circa un mese fermi» (GAS Bergamo Centro).

Il carattere informale, volontaristico e orizzontale dei GAS ne ha limitato la capacità di confronto con le istituzioni, evidenziando quanto sia importante il ruolo di reti più ampie, in grado di agire in funzione di supporto e di coordinamento, come nel caso della Rete Italiana Economia Solidale (RIES). Proprio seguendo le indicazioni della RIES, il GAS Utopie Sorridenti di Cosenza ha spinto una produttrice ad aprire una partita IVA, così da poter circolare liberamente per occuparsi della distribuzione:

«Daniela ha preso la partita IVA perché per la sua posizione era strategica e riusciva facilmente a distribuire su Rende-Cosenza [...] Quindi i produttori portavano i prodotti a Daniela che ha anche un bel magazzino e lei faceva le cassette che portava famiglia per famiglia e noi [i gasisti] abbiamo aiutato semplicemente a fare gli ordinativi on-line» (GAS Utopie Sorridenti, Cosenza).

Complessivamente, la pandemia ha confermato alcuni limiti dei GAS già segnalati dalla letteratura (Maurano, Forno, 2017), ma ha anche mostrato che la natura "alternativa" e "critica" di queste esperienze può costituire un elemento di forza su cui far leva nei momenti di difficoltà. Le aziende collegate ai GAS, in virtù delle relazioni di fiducia, reciprocità e solidarietà che contraddistinguono questa filiera, hanno infatti potuto contare su una clientela fidelizzata e riluttante ad acquistare presso i canali della GDO, che è tornata a rivolgersi a loro non appena le condizioni lo hanno reso possibile.

Dalle interviste effettuate con i rappresentanti di Coldiretti si desume invece che i canali di vendita di quest'ultima abbiano patito maggiormente la concorrenza della GDO. In ciò, può aver influito il fatto che la clientela dei punti vendita di Coldiretti è meno identitaria o ideologicamente orientata, più eterogenea e, spesso, abituata a ricorrere anche ai canali della GDO. Del resto, nel *modus operandi* di Coldiretti permangono alcuni elementi di ambiguità o doppiezza rispetto al rapporto con i mercati, al modello produttivo e all'idea di qualità (Fonte, Cucco, 2015).

In un caso e nell'altro, le difficoltà incontrate nella commercializzazione diretta hanno obbligato alcuni produttori (soprattutto aziende con volumi di produzione significativi) a conferire alla GDO. Questa dinamica ha prodotto un effetto deflattivo sui prezzi all'origine, per cui le aziende hanno dovuto fare i conti con una riduzione sia dei volumi che del valore delle proprie vendite:

«I prezzi corrisposti alle aziende hanno subito variazioni al ribasso, perché nel momento in cui sul mercato alcune produzioni non trovavano collocazione nei vari settori dell'Horeca [...] si sono riversati sui canali commerciali convenzionali e quindi sui prodotti destinati alla grande distribuzione. E lì si è creato un collo di bottiglia per cui inevitabilmente c'è stata una flessione non solo della produzione, ma anche del prezzo della materia prima. Ma questo solo nei confronti delle aziende agricole, perché poi il prezzo sugli scaffali è rimasto inalterato» (Presidente Coldiretti Calabria).

«Ciò che il settore agricolo ha patito ha avuto a che vedere con i sistemi a valle del settore: siamo andati cioè in crisi con il riconoscimento del prezzo del latte, perché è venuto a mancare tutto quel circuito Horeca. Quindi certamente abbiamo subito indirettamente gli effetti della crisi di altri ambiti. È aumentato il rapporto con la grande distribuzione organizzata. La capacità di adattamento del sistema agrario si è visto anche nella capacità di mettere in atto nuove formule di commercializzazione, come ad esempio la domiciliazione della spesa. Le aziende che fino a quel momento facevano vendita diretta o nei mercati sono rimasti senza possibilità di sbocco, pur dovendo andare avanti a produrre» (Presidente Coldiretti Bergamo).

Anche l'associazione SOS Rosarno, creata nel 2010 da attivisti, piccoli produttori di agrumi e lavoratori migranti con il supporto dei GAS, ha dovuto conferire all'industria 8000 kg di clementine, altrimenti destinate ai GAS, ma al prezzo di €0,03 al chilo, di fatto coprendo solo i costi di raccolta.

Tutto ciò conferma quanto già indicato dai dati sulle performance della GDO, mostrando come la pandemia abbia, almeno nelle sue fasi iniziali, giocato a favore del sistema dell'agroindustria. Fermo restando le peculiarità della crisi pandemica, quanto appena osservato risulta coerente con le analisi che guardano alle crisi non già come a dei punti di rottura, quanto piuttosto a degli eventi che – all'interno di una economia di mercato capitalistica – consentono di rivitalizzare le dinamiche dell'accumulazione attraverso dei processi di redistribuzione verso l'alto (Harvey, 2010).

D'altra parte, dalle testimonianze raccolte è anche emerso come le difficoltà inizialmente riscontrate nelle filiere corte abbiano spinto molti produttori a sperimentare, sia individualmente che collettivamente, nuove e più efficaci strategie per la distribuzione, come le consegne a domicilio o l'e-commerce:

«La pandemia per molte aziende è stata anche da stimolo per fare un corso accelerato nell'adeguarsi a nuove forme più moderne di vendita online o con la consegna a domicilio. Molte aziende si sono anche improvvisate, ma è stata un'improvvisazione che poi è rimasta, tant'è che anche oggi molte aziende che facevano e continuano a fare vendita diretta a questa hanno anche abbinato il servizio della consegna a domicilio oppure anche il servizio dell'ordine online. Da questo punto di vista diciamo che la pandemia ha in qualche modo stimolato l'apertura mentale verso queste nuove forme di vendita che comunque nel futuro dovrebbero sempre di più trovare applicazione perché oggi ormai l'e-commerce la fa da padrone, specialmente per le piccole e medie aziende che non hanno possibilità di andare su mercati lontani in maniera fisica» (Presidente Coldiretti Calabria).

Le consegne a domicilio si sono rivelate uno strumento particolarmente efficace, grazie al quale i produttori intervistati hanno affermato di esser riusciti ad incrementare le proprie vendite e a ridurre gli scarti:

«Tutt'ora vado a Milano a consegnare, pensa che per andare minimo ci vogliono 50 consegne se no non ci spostiamo per cui ancora ci manteniamo su buone quantità. Abbiamo lavorato tantissimo, stavo via tutto il giorno a fare consegne. In realtà, a dirla tutta, andavamo meglio che con i mercati» (Az. Agricola Vegeta, Calvenzano).

«Abbiamo avuto un incremento del 30-40 % in più. Abbiamo lavorato davvero tantissimo. E poi la cosa positiva era che insomma si lavorava sul venduto, per cui scarti inesistenti» (Podere Montizzolo, Bergamo).

La condotta Slow Food di Bergamo – nodo locale dell'associazione internazionale no profit fondata nel 1989 con l'obiettivo di studiare, difendere e divulgare le tradizioni agricole ed enogastronomiche locali – ha promosso il progetto "Bottega Diffusa",⁶ per la promozione dei produttori della filiera corta che consegnano a domicilio, individuati in collaborazione con la Condotta Slow Food Valli Orobiche, l'associazione Mercato e Cittadinanza (animatrice della rete di economia solidale bergamasca) e il Bio-Distretto dell'Agricoltura Sociale di Bergamo:

«Abbiamo chiesto ai produttori la disponibilità di fare consegna a domicilio e li abbiamo messi in locandina, facilitando l'avvicinamento produttore e consumatore. Complessivamente c'è stata una buona risposta durante la pandemia. [...] I clienti esprimono l'intenzione di voler continuare il servizio di consegna a domicilio. Molti produttori sarebbero disponibili perché hanno capito che si potrebbero ottimizzare la programmazione e si eviterebbero gli scarti» (Slow Food Bergamo).

⁶ tinyurl.com/bottegadiffusa (ultimo accesso 3 giugno 2021).

Gli ultimi estratti riportati testimoniano come la pandemia sia dunque stata anche una occasione per sperimentare nuove pratiche “dal basso”, in linea con gli obiettivi di sostenibilità sia ambientali che economici delle filiere corte.

Un discorso più approfondito merita di essere fatto in relazione alle tecnologie di rete, il cui utilizzo in diversi ambiti della distribuzione alimentare è stato fortemente stimolato dalla pandemia.

Per le piattaforme digitali (*food platform*) che – a partire da strategie organizzative e modelli di business differenti – implementano forme di commercializzazione basate su un rapporto di prossimità tra produttori e consumatori (Oncini *et al.*, 2020), la pandemia è stata sin da subito un’occasione per acquisire visibilità ed incrementare il proprio volume di vendite.

È questo il caso dell’*Alveare che dice sì!*, società per azioni fondata nel 2011 in Francia e che dal 2015 opera anche in Italia, dove attualmente conta 247 nodi, 3.130 fornitori, 168.747 iscritti alla piattaforma e un negozio fisico a Milano. La rete si articola in diversi Alveari, nodi gestiti da manager locali in cui una volta alla settimana vengono effettuati le consegne e il ritiro dei prodotti precedentemente acquistati dai consumatori sulla piattaforma, all’interno della quale gli utenti possono gestire la propria attività in maniera autonoma⁷.

Per gli Alveari operativi a Bergamo la pandemia è stata una vera e propria “rampa di lancio” che ha consentito di raggiungere nuovi clienti spesso rimasti tali anche con il successivo ritorno ad una situazione di relativa normalità:

«Inizialmente si viaggiava intorno ai 50 ordini però il COVID ha fatto proprio da rampa di lancio. All’inizio era un hobby, un secondo lavoro, non ci campavo. Con la pandemia c’è stato un vero e proprio exploit, probabilmente perché i servizi e la stessa grande distribuzione non erano sufficienti. Si arrivava spesso a 130 ordini e si doveva chiudere gli ordini in pochissimi giorni, molto più rapidamente rispetto ai livelli standard» (Alveare Tamarindo, Bergamo).

«Noi abbiamo lavorato bene, abbiamo attivato il servizio di spesa a domicilio e abbiamo avuto molte richieste. Dal punto di vista del prodotto e dei contenuti del progetto, ci sentiamo di dire che è andata molto bene non solo dal punto di vista economico. Perché pre-COVID chi si avvicinava bene o male era chi voleva mangiare a km 0, durante il COVID invece si è avvicinato ogni tipo di famiglia interessata più al servizio a domicilio che agli ideali che stanno dietro a questo progetto, però molte di queste assaggiando i prodotti hanno capito il loro valore e sono rimaste comunque legate al servizio anche a conclusione della quarantena, è stata quindi un’opportunità per intercettare persone che altrimenti con la nostra comunicazione non avremmo raggiunto» (Alveare la Terza Piuma, Bergamo).

Le tecnologie di rete hanno avuto un ruolo fondamentale nel consentire la rapida riorganizzazione dei meccanismi di distribuzione anche per quei produttori che non hanno fatto ricorso a delle vere e proprie forme di e-commerce. Molte aziende, infatti, hanno adottato delle formule ibride, basate su una combinazione di strumenti quali i social network, utilizzati per pubblicizzare il servizio di consegna a domicilio, e le app di messaggistica, usate per la gestione degli ordini. Sebbene per certi versi un po’ macchinose, queste formule ibride hanno beneficiato sia della loro relativa immediatezza – non richiedendo particolari operazioni di registrazione da parte degli utenti – sia dell’assenza di costi diretti.

«Il primo giorno del lockdown eravamo allo sbando pensavamo di poter fare solo all’ingrosso. Il secondo giorno abbiamo pensato di provare a scrivere qualche messaggio su Facebook e così abbiamo organizzato il delivery. Dopo una settimana consegnavamo anche a Milano. Io facevo prendere gli ordini via Whatsapp, facevamo un gruppo, mandavamo il listino, tutti mandavano un messaggio con quello

⁷ alvearechedicesi.it/

che volevano, davi gli orari per poter organizzare raccolta, e l'incassamento» (Az. Agricola Vegeta, Calvenzano).

Quanto osservato sinora suggerisce che le filiere alternative alla GDO abbiano ancora delle grandi potenzialità di crescita da sfruttare anche attraverso un maggiore utilizzo delle tecnologie di rete. La diffusione di queste non appare quindi necessariamente destinata a instaurare relazioni economiche sempre più impersonali e deterritorializzate, ma può anche facilitare la nascita di nuove forme di scambio caricate di una serie di significati simbolici.

Su quest'ultimo tema saranno necessarie apposite e più approfondite analisi. Resta, ancor prima, da comprendere se, e in che termini, le nuove forme di commercializzazione diretta adottate durante la pandemia siano effettivamente riproducibili nel lungo termine. Un aspetto da considerare in proposito è che le consegne a domicilio, oltre a non essere praticabili da parte delle aziende sprovviste di mezzi di trasporto idonei, comportano comunque dei costi aggiuntivi. Anche le vendite online implicano dei costi che possono ridurre i margini di profitto dei produttori, a meno di non essere riversati sui consumatori:

«La cooperativa è nata ufficialmente durante la pandemia... La vendita online è stata l'unica fonte di aiuto [...] La pandemia ha aumentato le opportunità, potenziando la vendita on line [...] anche se è qualcosa di asettico, non è come i GAS [...] servono soldi, tempo» (Della Terra, Reggio Calabria).

«Gli alveari stanno andando forte ma non ci piacciono perché vogliono il 20 per cento, vuol dire che il produttore è costretto ad alzare il prezzo e quindi se sto facendo di tutto per far mangiare bene le persone ad un prezzo equo perde tutto di significato. Sarebbe meglio farlo gratis come i GAS, che funziona se si hanno spazi. Ovvio l'ideale sarebbe farlo a domicilio casa per casa, ma ci siamo 'tirati il collo' per farlo durante il COVID, è impensabile farlo stabilmente, gratis poi peggio ancora, se chiami un corriere vuole 4 euro a borsa (10 kg) più altri 4 se te la porta al Piano. Quindi se uno ti prende 10 euro di verdura ne spende 8 per la consegna. Eppure il servizio di consegna sui grandi volumi funziona, vedi Amazon, anche se bisognerebbe vedere le condizioni di lavoro di quella gente» (Az. Agricola Avicenna, Fontanella).

Se, come sostenuto da più intervistati, la riproducibilità di queste forme di commercializzazione è subordinata al volume delle vendite, vi è il rischio che siano tagliate fuori proprio le realtà più piccole. Rispetto a ciò il modello dei GAS, in cui la distribuzione fa leva sul lavoro gratuito degli stessi gasisti, può offrire delle soluzioni, ma presenta anche dei limiti, proprio perché continuamente esposto al rischio di possibili cali di partecipazione.

La pandemia sembra aver comunque creato le condizioni anche per sperimentare delle soluzioni nuove, come avvenuto nel caso del GAS Utopie Sorridenti di Cosenza:

«Sono cresciuti i numeri, si sono avvicinati due ragazzi volontari che hanno iniziato a fare le consegne a domicilio. Abbiamo deciso di non mettere un sovrapprezzo ai gasisti. I produttori lasciano un 10% sul monte fatturato che va in parte alla cassa e in parte a un rimborso spese ai ragazzi che trasportano le cassette a domicilio, almeno prendono 20-25€, fino a 40€ [...] Stiamo cercando di professionalizzare l'aspetto logistico, la distribuzione, che prima era totalmente volontaria; ma abbiamo visto che c'è troppo turnover tra le persone volontarie [...] Abbiamo deciso di uscire fuori dalla gratuità e pensare a qualcosa di più strutturato, ma ci vorrebbero come minimo un centinaio di cassette da movimentare» (GAS Utopie Sorridenti, Cosenza).

Da un lato, dunque, la pandemia ha fatto riaffiorare la necessità di superare i limiti del volontarismo "puro" che contraddistingue il modello dei GAS; dall'altro, essa ha mostrato come la capacità di fare rete e di mobilitare risorse orientate a degli scopi collettivamente definiti, e non meramente incentrati sulle logiche del mercato, sia comunque fondamentale per le realtà che si ispirano ai principi della filiera corta. Questa capacità è emersa con forza nel corso dell'emergenza sanitaria ed è stata l'elemento che, assieme all'utilizzo delle tecnologie di rete, ha influito

maggiormente sul livello di resilienza mostrato dalle filiere corte. Un esempio di ciò è quanto avvenuto nel comune di Caravaggio (Bergamo), in cui anche la Pro Loco ha avuto un ruolo di primo piano:

«Il panificio Stuani ha creato una rete e la Pro Loco di Caravaggio si è attivata immediatamente con i suoi volontari per consegnare su tutto il territorio di Caravaggio e frazioni. Ci abbiamo messo un paio di settimane a rodarla bene ma poi è andata avanti fino a fine aprile. La mattina passavano i volontari della Proloco, prendevano gli ordini che noi avevamo e li distribuivano gratuitamente su tutto il comune. La gestione dei rapporti con i volontari avveniva via Whatsapp, noi avevamo una nostra chat dei commercianti, non era solo alimentare, ma di tutti quelli che hanno aderito. Abbiamo sviluppato così un metodo di pagamento nuovo che è Satsipay perché era comunque molto pratico. Tutti gli ordini li facevo arrivare sul mio telefono» (Podere Montizzolo, Bergamo).

Produttori e GAS di Bergamo hanno preso parte a diverse iniziative di solidarietà promosse durante l'emergenza sanitaria:

«Durante la pandemia infatti è nato questo progetto, i Super Farmers, 7 produttori che si sono messi insieme per la consegna a domicilio, una piccola distribuzione organizzata. [...] io faccio parte anche del GAS di Ponte San Pietro. Noi siamo stati contattati dai Servizi Sociali, per aiutare a preparare i pacchi viveri per le persone che erano molto in difficoltà in quel periodo. C'è stata una bella iniziativa di produttori del Sud "Le galline felici", un consorzio Bio. Hanno regalato col contributo della Rete GAS Bergamo un carico enorme di arance che è andato all'ospedale da campo di Bergamo. C'è stato l'appello dello Strachitunt, produttori di formaggio bergamasco disperati perché avendo il mercato per il 70% all'estero si sono visti chiudere il mercato. Ci hanno chiesto una mano. Abbiamo fatto girare l'appello in rete ed è andata molto bene, ci hanno ringraziato perché non si aspettavano tante richieste» (Coordinatrice Ass. Mercato e Cittadinanza, Bergamo).

L'associazione SOS Rosarno aveva dato vita, già da prima della pandemia, all'iniziativa "arancia sospesa", con cui si offrono, a chi più ne necessita, cassette di arance acquistate da GAS e associazioni di beneficenza, con uno sconto del 50%. Nell'anno della pandemia SOS Rosarno ha distribuito 50.000 kg di arance donate gratuitamente. Ha anche inviato una pedana di arance e limoni all'ospedale allestito dagli alpini a Bergamo. Ma a sua volta si è vista supportata e rafforzata nell'anno della pandemia:

«L'anno scorso, durante il primo lockdown abbiamo avuto due mesi terribili, perché i GAS si sono bloccati, sono crollati gli ordini, non sapevamo cosa fare. [...] In Svizzera gli anarchici hanno fatto un'associazione, SolRosa - Solidarietà Rosarno, con un sito internet [...] Ai primi di aprile 2020, ci è arrivato un ordine di 70.000 euro [...] 3000 litri solo di olio [...] quando per un mese non ci sono arrivati ordini, i produttori, chi all'industria, chi ai commercianti che arrivavano da tutte le parti, le arance se le sono vendute, quindi di frutta ne avevamo pochissima, però i trasformati se li sono presi tutti. Quello che è partito ieri [20/03/2021] è un ordine di 72.000 euro [...] con loro abbiamo avviato un paio di meccanismi in chiave mutualistica [...] utilizziamo le arance non solo per vivere ma anche per creare solidarietà. Quest'anno noi abbiamo aumentato le vendite perché sono aumentati i sentimenti di solidarietà in tante città. Per esempio c'è un comitato "Perugia solidale" che non esisteva e in qualche modo grazie a un giro che avevamo costruito su Perugia, è stata creato» (SOS Rosarno, Reggio Calabria).

Durante il lockdown, Coldiretti Calabria, in collaborazione con alcune associazioni di volontariato, ha distribuito a fine giornata «la merce avanzata, molto spesso superiore in quantità rispetto alla merce venduta» a soggetti in difficoltà. Nel periodo natalizio ha distribuito migliaia di pacchi regalo, con i prodotti invenduti, alle famiglie meno abbienti (Presidente Coldiretti Calabria).

In conclusione, come anche segnalato da altri studi (Coscarello, Sivini, 2020), si può affermare che in tutto il territorio nazionale la pandemia abbia stimolato la nascita di nuove pratiche

mutualistiche, di sperimentazioni e di innovazioni nate dal confronto tra produttori della filiera corta, organizzazioni della società civile e realtà dell'economia solidale.

Conclusioni

La pandemia ha avuto delle ripercussioni molto significative sull'agroalimentare italiano. L'agricoltura di piccola scala ha particolarmente sofferto le misure di distanziamento sociale, ma ha anche mostrato buone capacità di resilienza e di innovazione. Per quanto riguarda le filiere corte, la crisi pandemica ha messo in luce una serie di criticità, ma ha anche evidenziato nuove ed importanti potenzialità di queste, fornendo delle indicazioni che possono tornare utili anche in vista dell'attuazione della Strategia dal Produttore al Consumatore (*Farm to Fork strategy*), uno degli assi portanti del Patto Verde (*Green Deal*) europeo. Quest'ultima, infatti – seppur non appare scevra da ambiguità e contraddizioni –, chiama esplicitamente in causa la necessità di ripensare l'attuale sistema agroalimentare, invocando un ruolo più centrale delle filiere corte.

Va sottolineato che le esperienze che operano nelle filiere corte sono molto diverse in quanto a caratteristiche strutturali, capacità di innovazione, modo di intendere e di costruire i rapporti di scambio e con le istituzioni. Di fronte ai problemi emersi con lo scoppio della pandemia tali differenze si sono tradotte in degli specifici punti di forza e di debolezza.

Le aziende con volumi di produzione importanti e più capitalizzate – ad esempio quelle aderenti a Coldiretti – hanno sofferto il calo significativo delle vendite e si sono viste costrette a rivolgersi alla GDO e all'industria. Le aziende che lavorano con i GAS hanno potuto fare affidamento su una clientela fidelizzata, ma hanno risentito di evidenti carenze sotto il profilo logistico e organizzativo. In ogni caso, le difficoltà iniziali si sono convertite in uno stimolo per sperimentare nuovi sistemi di distribuzione e per costruire nuove forme di cooperazione con altre realtà locali e non solo. Indubbiamente, la capacità di fare rete e di mobilitare nuove risorse attraverso pratiche mutualistiche è uno degli elementi su cui le filiere corte hanno mostrato di poter contare nella situazione emergenziale.

Se per certi versi la pandemia sembra aver avvantaggiato soprattutto la GDO, per altri si è dunque rivelata un'opportunità per i produttori delle filiere corte, i quali sono riusciti ad incrementare la propria visibilità e a sperimentare nuove forme di commercializzazione che hanno trovato il favore dei consumatori. Tutto ciò mostra, ancora una volta, il carattere ambivalente delle crisi all'interno del capitalismo, in quanto eventi che, da un lato, consentono di rivitalizzare le dinamiche dell'accumulazione – spesso operando una redistribuzione della ricchezza verso l'alto –, dall'altro, stimolano la nascita di processi di innovazione – e di potenziale trasformazione – che agiscono anche dal basso verso l'alto.

Una questione che merita particolare attenzione è relativa alla effettiva riproducibilità delle soluzioni sperimentate nel corso della pandemia. Ciò chiama direttamente in causa anche un altro tema, che è quello dei prezzi al consumo – posto che è altamente plausibile che la crisi pandemica sia destinata a produrre un ulteriore crollo del potere d'acquisto delle famiglie. Eventuali rincari dei prodotti provenienti dalle filiere corte renderebbero queste ultime accessibili ad una quota sempre più ristretta di consumatori, in un contesto in cui, al contempo, si sta assistendo ad una inesorabile crescita del settore dei discount.

Contro questa crescente biforcazione delle diete alimentari, il modello dei GAS sembra offrire delle soluzioni concrete, ma presenta anche alcuni limiti. In primo luogo, va riconosciuto che gran parte del lavoro necessario al funzionamento dei GAS è su base volontaria. Ciò consente di equilibrare i prezzi al consumo, ma espone il modello a problemi legati a possibili cali di partecipazione. La pandemia ha fatto inoltre riemergere una serie di criticità legate al funzionamento dei GAS, quali ad esempio l'informalità, la carenza di spazi per lo stoccaggio dei prodotti, la difficoltà nella gestione dei pagamenti e delle tempistiche dei ritiri, l'assenza di rapporti con le istituzioni. Il modello delle piattaforme online riesce ad ovviare ad alcuni dei problemi appena segnalati, ma d'altra

parte rischia di escludere alcune fasce della popolazione, oltre a implicare dei costi che pesano sui produttori e che, a lungo andare, potrebbero incidere sui prezzi al consumo.

La pandemia ha comunque lasciato intendere che le tecnologie di rete possano giocare un ruolo fondamentale in supporto delle filiere alternative alla GDO e che la loro diffusione non è necessariamente destinata a instaurare relazioni economiche impersonali e deterritorializzate. Da ciò deriva la necessità di nuove ricerche che siano in grado di valutare, insieme ai rischi legati alla crescente digitalizzazione dell'agroalimentare, anche la possibilità di integrare le tecnologie digitali all'interno di processi partecipativi e di strumenti che, oltre a facilitare l'incontro tra domanda e offerta, favoriscano l'instaurarsi di nuove forme di cooperazione tra i diversi produttori delle filiere corte e tra questi e i consumatori.

Riferimenti bibliografici

- Altieri, M.A., Nicholls, C.I. (2020). Agroecology and the reconstruction of a post-Covid-19 agriculture. *The Journal of Peasant Studies*, 47:5, 881-898, doi.org/10.1080/03066150.2020.1782891
- Blay-Palmer, A., Carey, R., Valette, E., Sanderson, M. (2020). Post COVID 19 and Food Pathways to Sustainable Transformation. *Agriculture and Human Values*, 37, 517-519, doi.org/10.1007/s10460-020-10051-7
- Brunori, G., Malandrini V., Rossi, A. (2013). Trade-off or convergence? The role of food security in the evolution of food discourse in Italy. *Journal of Rural Studies*, 29, 19-29. doi.org/10.1016/j.jrurstud.2012.01.013
- Campbell, H. (2009). Breaking new ground in food regime theory: corporate environmentalism, ecological feedbacks and the 'food from somewhere' regime, *Agriculture and Human Values*, 26(4), 309-319. doi:10.1007/s10460-009-9215-8
- Corrado, A. (2016). Agrarian changes and migrations in the Mediterranean through a food regime perspective. In Corrado A., De Castro C., Perrotta, D. (eds.), *Migration and Agriculture. Mobility and Change in the Mediterranean Area*. London: Routledge.
- Corrado, A. (2021). Un nuovo regime alimentare. In Ippolito I., Perrotta D., Raeymaekers T. (a cura di), *Braccia rubate dall'agricoltura. Pratiche di sfruttamento del lavoro migrante*. Torini: Edizioni SEB27.
- Corrado A., Lo Cascio M., Perrotta, D. (2018). Introduzione. Per un'analisi critica delle filiere e dei sistemi agro-alimentari in Italia. In Corrado A., Lo Cascio M., Perrotta D. (a cura di) (2018), *Meridiana*, 93, pp. 9-26.
- Corrado, A., Palumbo, D. (2021), Essential farmworkers and the pandemic crisis: migrant labour conditions, and legal and political responses in Italy and Spain. In Anna Triandafyllidou (ed), *Migration and Pandemics: Spaces of Solidarity and Spaces of Exception*. IMISCOE-Springer (in corso di pubblicazione).
- Clapp, J., Moseley, W.G. (2020). This food crisis is different: Covid-19 and the fragility of the neoliberal food security order, *The Journal of Peasant Studies*, 47:7, 1393-1417, doi.org/10.1080/03066150.2020.1823838
- Coscarello M., Sivini, S. (2020). Le risposte dell'economia solidale all'emergenza Covid-19. In Cersosimo, D., Cimatti F., Raniolo, F. (a cura di), *Studiare la pandemia. Disuguaglianze e resilienza ai tempi del Covid-19*. Roma: Donzelli.
- CREA (2021). L'agricoltura italiana conta 2020. Roma: CREA. tinyurl.com/5f5wyewf
- D'Amico, S., Bock, B., De Luca, A. I., Gulisano, G. (2016). Il ruolo delle filiere corte: un'analisi del contesto calabrese, *Agriregionieuropa*, 44, tinyurl.com/bnuz3mx3
- De Castro, C., Gadea, E., Sánchez, M. (2021). Estandarizadores. La nueva burocracia privada que controla la calidad y la seguridad alimentaria en las cadenas globales agrícolas, *Revista Española de Sociología*, 30 (1), a16. doi.org/10.22325/fes/res.2021.16
- Fonte, M., Cucco, I. (2015). The Political Economy of Alternative Agriculture in Italy. In A. Bonanno A., Busch L. (Ed.), *Handbook of the International Political Economy of Agriculture and Food* (pp. 264-294). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Forno, F., Maurano, S. (2016). Cibo, sostenibilità e territorio. Dai sistemi di approvvigionamento alternativi ai Food Policy Councils, *Rivista Geografica Italiana*, 123(1), 1-20. tinyurl.com/5caf936d
- Forno, F., Graziano, P. (2018). *Il consumo responsabile in Italia. Rapporto 2018*, Quaderno della Coesione Sociale/Social Cohesion, 3. tinyurl.com/2bze8jt2
- Friedmann, H. (2005). From colonialism to green capitalism: social movements and the emergence of food regimes. In Buttel, F.H., McMichael, P. (Eds.), *New directions in the sociology of global development. Research in rural sociology and development* (pp. 227-264). Oxford: Elsevier.
- Goodman, D. (2003). The Quality 'Turn' and Alternative Food Practices: Reflections and Agenda, *Journal of Rural Studies*, 19(1), 1-7.
- Harvey, D. (2011). *L'enigma del capitale e il prezzo della sua sopravvivenza*. Milano: Feltrinelli.
- HLPPE (High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition) (2020). *Food Security and Nutrition: Building A Global Narrative Towards 2030*. Report 15. HLPPE, Committee on World Food Security. www.fao.org/3/ca9731en/ca9731en.pdf

- IRI (2021). Le nuove abitudini nella scelta dei canali di acquisto, White Paper, www.iriworldwide.com/it-it/insights/publications/le-nuove-abitudini-nella-scelta-dei-canali-di-acquisto
- ISMEA (2018). Rapporto sulla competitività dell'agroalimentare italiano, tinyurl.com/4ns6a7p7
- ISMEA (2020). La bilancia agroalimentare nazionale nel 2019, tinyurl.com/4v63f4va
- ISMEA (2021). IV Rapporto sulla domanda e l'offerta dei prodotti alimentari nell'emergenza Covid-19, www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/11377
- ISTAT (2021). Stima preliminare dei conti economici dell'agricoltura. Anno 2020, www.istat.it/it/files/2021/01/Report-Stima-preliminare-agricoltura-2020.pdf
- Maurano, S., Forno, F. (2017). Le alternative food networks in tempo di crisi, *Bollettino della società geografica italiana*, XII: X, 149-164, doi.org/10.13128/bsgi.v10i1-2.501
- McMichael, P. (2002). La Restructuration Globale des Systèmes Agro-Alimentaires. *Mondes en Développement*, 1(1), 45-54. doi.org/10.3917/med.117.0045
- McMichael, P. (2016). *Regimi alimentari e questioni agrarie*. Torino: Rosenberg & Sellier.
- McMichael, P., Friedmann, H. (2007). Situating the 'retailing revolution'. In Burch, D., Lawrence, G. (Eds.), *Supermarkets and agri-food supply chains: Transformations in the production and consumption of foods* (pp. 291-319). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Nucera, M., Finizia, A., Ferrari, G.M., Merciai, S., Sorrentino, A. (2016). La catena del valore Ismea per la valutazione dell'impatto delle OP ortofrutticole, *Agriregionieuropa*, 12: 46, tinyurl.com/yft52bwd
- OECD (2020). *Food Supply Chains and Covid-19: Impacts and Policy Lessons*. www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/food-supply-chains-and-Covid-19-impacts-and-policy-lessons-71b57aea/
- Oncini, F., Bozzini, E., Forno, F., Magnani N. (2020). Towards food platforms? An analysis of online food provisioning services in Italy, *Geoforum*, 114, 172-180. doi.org/10.1016/j.geoforum.2020.06.004
- Onorati, A., Conti, M. (2016). Agricoltura italiana e agricoltura contadina. L'ingiusta competizione tra modelli produttivi e sistemi distinti, *Agriregionieuropa*, 45, agrireregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/45/agricoltura-italiana-e-agricoltura-contadina-lingiusta-competizione-tra
- Ploeg van der, D.J. (2020). From biomedical to politico-economic crisis: the food system in times of Covid-19, *The Journal of Peasant Studies*, 47:5, 944-972. doi.org/10.1080/03066150.2020.1794843
- Ploeg van der, J.D. (2006). *Oltre la modernizzazione. Processi di sviluppo rurale in Europa*. Soveria Mannelli: Rubbettino.
- Reardon, T., Swinnen, J. (2020). Covid-19 and Resilience Innovations in Food Supply Chains. *IFPRI blog*, July 6. www.ifpri.org/blog/Covid-19-and-resilience-innovations-food-supply-chains
- SINAB (2020). Bio in cifre 2020, www.sinab.it/sites/default/files/share/BIO%20IN%20CIFRE%202020.pdf
- Sivini, S. (2008). *Intrecciare reti*. Soveria Mannelli: Rubbettino.
- Sivini, S., Corrado, A. (2013). *Cibo locale Percorsi innovativi nelle pratiche di produzione e consumo alimentare*. Napoli: Liguori.
- Torero, M. (2020). *Prepare Food Systems for a Long-Haul Fight Against Covid-19*. Washington, DC: IFPRI. www.ifpri.org/blog/prepare-food-systems-long-haul-fight-against-Covid-19