

Le filiere corte agroalimentari nei processi di sviluppo locale*

ANGELO BELLIGIANO[♦], STEFANO DE RUBERTIS^{*†}

Abstract

Obiettivi. *Il paper propone una riflessione sul ruolo delle filiere corte agroalimentari nello sviluppo del territorio (interpretando quest'ultimo essenzialmente come un processo di consolidamento/trasformazione identitaria) e in particolare sul ruolo ad esse attribuito nei documenti di pianificazione strategica regionale e di area vasta in Puglia.*

Metodologia. *Definendo secondo una prospettiva costruttivista il ruolo che le filiere corte agroalimentari possono svolgere nei processi di sviluppo del territorio, vengono analizzati criticamente la funzione e il valore che ad esse viene attribuito nei piani strategici delle dieci aree vaste in cui è stato articolato il territorio pugliese.*

Risultati. *Dal lavoro emerge una specificazione delle varianti di filiera corta che potrebbero meglio contribuire agli obiettivi di sviluppo proposti dai piani strategici di area vasta della Puglia.*

Limiti della ricerca. *I risultati ottenuti richiedono ulteriori approfondimenti e validazioni empiriche, soprattutto riguardo agli effetti localmente generati dalle differenti configurazioni di filiera corta agroalimentare.*

Implicazioni pratiche. *I risultati dello studio, una volta validati, possono fornire indicazioni operative, a un micro-livello, per l'ottimizzazione delle strategie di imprese e di reti di imprese, a un meso-livello, per la formulazione di politiche che migliorino l'impatto delle filiere corte sul territorio, rendendone gli obiettivi e le configurazioni più aderenti agli obiettivi di sviluppo.*

Originalità del lavoro. *Il lavoro propone un'idea di sviluppo che, pur essendo basata su obiettivi prevalentemente identitari, conduce a riflessioni sul ruolo, sulla configurazione e sull'organizzazione delle filiere corte utili a migliorare le performance economiche delle singole imprese e del territorio.*

Parole chiave: *filiera corte; sviluppo locale; sviluppo rurale; identità territoriale; pianificazione strategica di area vasta; Puglia*

Objectives. *This paper proposes a reflection on the role of short food supply chains (SFSCs) in territorial development (interpreted as identity process) and in particular on the role ascribed to them in the Apulian Wide Area Strategic Plans.*

Methodology. *Defined the role that SFSCs can play in the process of development of the territory from a constructivist perspective, the work critically analyzes the function and the value that are assigned to them by Apulian Wide Area Strategic Plans.*

Findings. *From the work emerges a fine classification of the variants of SFSCs that could better contribute to the development goals proposed by Apulian Wide Area Strategic Plans.*

Research limits. *The study outcomes need further deepening and empiric validations, above all local effects generated from different SFSCs configurations.*

Practical implications. *The study outcomes after validations can provide operative indications, from a micro-level to optimize firm strategies and firm networks, from a meso-level to formulate policies which improve the SFSCs impact on the territory, making the goals and the configurations more consistent to development goals.*

Originality of the study. *The paper proposes an idea of development, although based on predominantly identity targets, that leads to reflections on the role, configuration and organization of SFSCs useful for improving the economic performance of the businesses and the territory.*

Key words: *short food supply chains; local development; rural development; territorial identity; wide area strategic planning; Apulia*

* Il saggio è frutto di una riflessione congiunta degli autori.

Tuttavia, la stesura dei paragrafi 3 e 4 è da attribuire ad Angelo Belliggiano, mentre quella del paragrafo 2 a Stefano De Rubertis. L'introduzione e le note conclusive sono state scritte congiuntamente.

Il lavoro è stato realizzato nell'ambito del PRIN 2009 - "Nuove forme di governance locale come strumento di sviluppo strategico del territorio. Il caso della Puglia".

♦ Associato di Economia ed Estimo Rurale, Università degli Studi del Molise
e-mail: belliggi@unimol.it

*† Straordinario di Geografia Economico-Politica, Università degli Studi del Salento
e-mail: stefanoderubertis@gmail.com

1. Introduzione

I discorsi sullo sviluppo incentrati sulle supposte vocazioni o, più in generale, sulle identità territoriali adottano interpretazioni molto variabili dei concetti d'identità, di territorio e di sviluppo. Il problema è particolarmente evidente nei progetti di sviluppo territoriale, specialmente quando, fortemente caratterizzati da pratiche democratiche e partecipative, richiedono il confronto e la mediazione tra punti di vista diversi. Le conseguenti incoerenze nella determinazione di obiettivi e strumenti si riflettono sulle politiche e sulle strategie dell'intero sistema produttivo e di ogni sua singola componente, retroagendo anche sui processi identitari.

La maturazione della cultura moderna ha restituito consapevolezza dell'impossibilità di accettare la netta separazione tra osservatore, oggetto osservato e rispettivi contesti, con importanti conseguenze sul modo di intendere la realtà e le sue possibili rappresentazioni. A tale mutamento di prospettiva non sfuggono le rappresentazioni del territorio, del quale ogni delimitazione o qualificazione non può rispondere a criteri diversi da quelli che l'osservatore ha definito soggettivamente sulla base dei propri obiettivi. Il territorio che si crede di rappresentare è in realtà modificato/costruito dall'osservazione stessa (von Foerster, 1990; Ceruti e Preta, 1990, Ceruti, 1986).

Nelle pratiche dello sviluppo locale, il territorio è solitamente qualificato in base alle specificità dei processi o dei prodotti ed è considerato portatore di un potenziale economico che può essere colto attraverso atteggiamenti conservativi e, più frequentemente, adattivi. Questi ultimi portano con sé il rischio dell'omologazione dei prodotti (tipici) a standard eterodeterminati; paradossalmente, il tentativo di penetrare mercati non locali ha effetti sulla configurazione delle catene dell'offerta, la struttura delle quali può generare modifiche nell'identità del territorio sul cui vantaggio competitivo è fondato il progetto di sviluppo.

Nel presente contributo l'attenzione è rivolta in particolare alle filiere agroalimentari, che costituiscono uno dei molteplici asset territoriali (ambiente, cultura, società, sistemi produttivi, ecc.) coinvolti nei processi di sviluppo locale. Tale scelta è riconducibile alla loro ovvia centralità nelle aree rurali, verso cui è orientata l'analisi, e all'importanza della tradizione gastronomica e della cultura rurale nella percezione del valore identitario di un territorio. In particolare, le cosiddette filiere corte sembrerebbero in grado di rispondere a strategie sia adattive sia conservative proponendo una gamma di varianti alle relazioni tra produttori e tra produttori e consumatori (Marsden *et al.*, 2000, Renting *et al.* 2003). Esse agevolano l'introduzione di una dimensione economicista nel discorso della ruralità, accrescendo la propria rilevanza in una programmazione delle politiche di sviluppo rurale che, pervasa da logiche di crescita economica, ha assunto una prospettiva orientata all'aumento della competitività delle aziende e alla sostenibilità dei processi (per effetto della transizione dalla prima alla seconda fase della PAC). Inoltre, l'attenzione politica per le filiere corte si spiega per la facilità con cui le stesse possono essere declinate tanto nei contesti in cui resiste un'agricoltura intensiva ed industriale quanto nelle aree rurali più estensive e marginali, secondo le logiche adattive o conservative adottate dal territorio.

Esplicitato il ruolo che le filiere corte possono assumere nei processi di sviluppo rurale (paragrafo 2), se ne propone una schematica classificazione che tiene conto dei rapporti tra produttori e consumatori e degli effetti sulle specificità locali (paragrafo 3); in fine si propone una valutazione dell'impiego che ne è stato fatto nel Documento strategico regionale della Puglia 2007-13 e nei dieci piani strategici delle area vasta pugliesi nonché delle conseguenze che potrebbero avere sui processi di sviluppo locali e sulle corrispondenti dinamiche identitarie (paragrafi 4 e 5).

2. Produzioni alimentari e identità territoriale: le filiere corte nello sviluppo rurale

Sebbene il territorio sia sempre più utilizzato come metafora del processo di penetrazione della dimensione fisica e sociale della Terra (Dematteis, 1985, 1995; Dematteis e Ferlaino, 2003; Fiori, 2003; Paasi 2003 e 2002; Banini, 2011), l'inventariazione di elementi antropici e non che lo

compongono non è di per sé sufficiente a qualificarlo come unico. Sono le norme, gli usi e le tradizioni che, regolando il comportamento della comunità, concorrono a definirne l'organizzazione e quindi l'identità. Il "rispetto delle regole" è solitamente associato a un senso di appartenenza, sintomo di adesione degli attori agli obiettivi del territorio di riferimento. Nel lungo periodo, la coerenza tra comportamento individuale e regole ed esigenze comunitarie è da considerare conseguenza di effettiva condivisione o d'imposizione degli obiettivi scaturiti dal confronto tra le soggettive rappresentazioni. In questo senso, gli obiettivi e il sistema di norme adottato per conseguirli, ancor prima delle risorse impiegate, definiscono l'identità del territorio. Conseguentemente, lo sviluppo territoriale può essere inteso come un processo di consolidamento o di trasformazione identitaria, frutto di confronto e di condivisione interno alla comunità. Lo sviluppo è quindi geneticamente parte del sistema territoriale individuato secondo i criteri scelti dall'osservatore (De Rubertis, 2010).

Gli approcci dello sviluppo locale fanno delle identità territoriali e delle tipicità il tassello fondamentale delle pratiche di sviluppo, ma attribuiscono loro significati diversi, talvolta non ben definiti e potenzialmente contraddittori. Lo sviluppo è più semplicemente inteso come crescita economica, rispetto alla quale gli obiettivi di carattere socio-culturale sono ridotti a meri strumenti. Dal punto di vista dell'ortodossia dominante, che definiremmo "sviluppista", il ruolo del territorio è ridotto a quello di "risorsa" e la tipicità dei processi e dei prodotti è ritenuta soggetta a:

- a) essere conservata e accresciuta nella speranza che la domanda scopra e apprezzi le particolarità dell'offerta attribuendole il valore economico auspicato;
- b) essere ridotta e omologata a standard eterodeterminati: le peculiarità si adattano alla domanda non locale al fine di accrescere il corrispondente valore economico.

La opzione di cui al punto a) è quella dell'offerta di un prodotto che trascura le esigenze della domanda non locale (facendo affidamento sulla domanda localmente espressa che probabilmente l'ha generata), a meno che non si tratti della domanda di un turismo colto, elitario e determinato a scoprire e sperimentare. Si tratta di un tipo di offerta difficilmente standardizzabile, almeno senza comprometterne l'appeal, e dal potenziale di crescita piuttosto limitato, almeno nel breve-medio periodo.

La possibilità di cui al punto b) deriva dal presupposto che ogni sistema produttivo debba cercare una propria collocazione, sulla base delle risorse di cui dispone e che il mercato apprezza. L'imperativo della globalizzazione trasforma sostanzialmente il sistema locale in variabile dipendente del sistema globale: le qualità di processi e prodotti vengono adattate alle aspettative della domanda, compromettendo, nel lungo periodo, la persistenza delle tipicità localmente radicate: nulla garantisce che quanto è oggi monetizzabile lo sia anche in futuro e che quanto oggi non viene valorizzato o addirittura viene trascurato o disprezzato non sia destinato a essere considerato prezioso e irrimediabilmente perduto.

Per quanto detto, le attuali pratiche di sviluppo locale/rurale, profondamente connaturate al tema della valorizzazione economica delle produzioni alimentari locali, non possono prescindere dal modo in cui la vocazione o la missione territoriale è individuata, riportando al centro della nostra attenzione le questioni identitarie.

Una serie di innovazioni di carattere tecnologico, organizzativo e istituzionale sta accompagnando il progressivo allontanamento dei consumatori dagli alimenti industriali standardizzati, a vantaggio di produzioni alimentari definite di qualità¹ (Goodman, 2004, p. 4, Renting *et al.*, 2003, p. 395). In tale contesto la filiera corta si propone come una delle forme organizzative più coerenti rispetto ai bisogni della domanda, essendo in grado di assicurare la provenienza e la tracciabilità dei prodotti e la conformità delle pratiche di produzione a nuovi standard di sostenibilità ambientale, etica e sociale, la cui rilevanza è particolarmente significativa

¹ Con tale espressione nel presente lavoro si intende, piuttosto che una specifica tipologia di alimenti, un mix di prodotti, di tecnologie produttive, di modi di distribuzione e di modalità di fruizione (prodotti tipici e biologici, tracciabilità, agriturismo e farmers' market), risultante dalle pratiche di sviluppo rurale (Ploeg van der and Renting, 2000).

nel cosiddetto “*domestic world*” (Goodman, 2004, p. 5, Salais, Storper, 1992, p. 188). Le convenzioni di qualità *embedded* nelle normali interazioni sociali degli attori locali (Goodman, 2004, p. 5) si propongono come alternativa alle produzioni di massa, conformi a rigide e precostituite specifiche di qualità, proprie dell’*industrial world* (Salais, Storper, 1992, pp. 176-179).

Le filiere corte sono incluse nel gruppo delle “nuove” attività (Knichel, Renting, 2000, p. 513) che sostengono lo sviluppo rurale², in quanto permettono una riconfigurazione della modalità con cui le risorse endogene possono essere impiegate, tanto nelle stesse aziende agricole, quanto al di fuori di esse, in altre attività rurali (Ploeg J.D. van der *et al.*, 2000, p. 398). Tuttavia, la ragione della grande enfasi che recentemente viene posta su di esse è riconducibile, oltre che all’apparente capacità di poter arginare la progressiva erosione dei redditi agricoli (*squeeze*), anche alla possibilità di introdurre una dimensione più esplicitamente economicista al tema della ruralità. Le filiere corte, infatti, “risocializzando” e “rispazializzando” i consumi alimentari (Marsden *et al.*, 2000, p. 425), offrono ai consumatori prodotti caratterizzati da particolari attributi socio-ecologici locali (Renting *et al.*, p. 398), a prezzi più elevati (DuPuis and Goodman, 2005 p. 365).

L’aumento dei ricavi che ne deriva, oltre a compensare il progressivo aumento generalizzato dei costi delle aziende (dovuti ai prezzi degli *inputs* e al *regulatory treadmill*), è in grado di garantire extraprofitti. Tuttavia, questi ultimi, se connessi alla mera differenziazione produttiva, sarebbero effimeri e solleciterebbero interventi di stabilizzazione da realizzare con nuove barriere all’entrata (certificazioni biologiche o di qualità, quote di produzione). Pertanto, nella prospettiva delle politiche di sviluppo rurale, le questioni che attengono alle filiere corte, riguardano la loro durabilità, l’entità dei profitti che sono in grado di generare, nonché, la probabilità che gli stessi possano essere integralmente distribuiti tra le aziende e/o gli attori del territorio nel quale vengono generati, senza divenire facili prede dei “cacciatori di rendita” (Goodman, 2004, p. 8). Com’è facile immaginare il successo di alcune filiere corte ha destato l’interesse, tanto delle multinazionali, quanto della grande distribuzione, che sono intervenute con aggressive strategie imitative e *cooptative*, determinando, in virtù del proprio potere di mercato, forti tensioni sui prezzi che snaturano il virtuoso (e delicato) sistema economico e sociale sotteso alle stesse, minacciandone la sopravvivenza (caso *Parmesan*). Pertanto, la progettazione dello sviluppo rurale fondata sulla logica del cambiamento radicale della scala e del modello di produzione agroalimentare dominante, prescindendo da una significativa presenza di consumatori “militanti”, sufficientemente preparati a discernere le produzioni autenticamente legate al territorio, sarebbe come dice Goodman (2004, p. 13) semplicemente “donchisciottesco”.

La proliferazione di nuovi disciplinari e di nuovi marchi regionali potrebbe apparire “controproducente” (Goodman, 2004, p. 10): la ridondanza disorienta il consumatore (Wilson, Whitehead, 2012, p. 205) e spinge le filiere corte ad adottare le medesime logiche neoliberaliste sul cui rifiuto molte di esse hanno costruito il proprio successo, anche economico. L’intensificazione della competizione potrebbe sollecitare comportamenti omologanti, mettendo in discussione la capacità delle filiere di mantenere stabile la propria organizzazione e ben saldi i propri obiettivi, disaccoppiando la propria traiettoria evolutiva da quella del territorio di riferimento, con conseguenze identitarie per entrambi.

3. Sviluppo locale/rurale e filiere corte

È evidente che la crescente centralità assunta dalla configurazione delle filiere produttive nella teoria e nelle pratiche di sviluppo rurale dipende dalla loro capacità di (ri-)disegnare nuovi rapporti sia tra agricoltura, ruralità e società sia tra produttore e consumatore, determinando importanti conseguenze sull’organizzazione dello spazio e delle politiche che cercano di regolarla.

Particolari modalità di vendita, prevalentemente orientate ad avere un rapporto più immediato con il consumatore, rendendo più articolate le varietà di interfaccia produttore-cliente, influenzano i

² Le altre sono la tutela e il mantenimento della natura e del paesaggio e l’agriturismo.

processi di sviluppo rurale, tanto nella dimensione tecnico-organizzativa (imprese), quanto in quella sociale (altri attori) (Marsden, *et al.*, 2000, p. 426).

Si può ritenere che alla base del successo delle filiere corte (*short food supply chain*) vi siano:

- dal lato della domanda, la diffidenza crescente dei consumatori circa la qualità dei cibi di cui non è chiara la provenienza o non riconoscibile il marchio;
- dal lato dell'offerta, il tentativo di ridurre la concorrenza puntando sul più efficace fattore di differenziazione mai creato: l'unicità del prodotto derivante dall'unicità (e quindi infungibilità e inimitabilità) delle caratteristiche del luogo che ne hanno consentito la produzione.

Si tratta di due fattori di pressione che operano senza soluzione di continuità a tutte le scale. Come spiegano Renting *et al.* (2003) il consumatore "lontano" si fida solo del marchio ben riconoscibile che, peraltro, associa sempre più spesso la propria immagine a luoghi che garantiscono le qualità dei processi, piuttosto che alle qualità dei processi stessi. Il consumatore "vicino" è coinvolto in forme di comunicazione "altre" rispetto a quelle di marchio e, ancora una volta, tende a premiare il produttore locale. Pertanto, la configurazione delle filiere corte deriva dalla combinazione di due componenti rappresentate, rispettivamente, dal tipo di organizzazione della catena dell'offerta e dalla definizione di specifiche convenzioni di qualità (*ibid.*, p. 399).

La prima componente, che prende in considerazione le diverse modalità con cui le filiere corte si riproducono nello spazio e nel tempo, consente di caratterizzare tre modelli organizzativi, definiti, rispettivamente, *face to face* (F2F), *proximate* (FCP) ed *extended* (Fe) (Marsden *et al.*, 2000, pp. 425-426).

Il primo modello presuppone un'organizzazione particolarmente semplice, di tipo verticale, in cui il rapporto fiduciario tra consumatore e produttore è costruito progressivamente attraverso la sperimentazione, da parte del primo, delle caratteristiche del prodotto, dei processi e dei comportamenti degli attori coinvolti, mediante l'assistenza del secondo. Tale modello, oltre a comprendere le più comuni tipologie di vendita diretta (*farmers' market, farm-shop, roadside sales, pick your own, food miles*), include anche i gruppi di acquisto solidale (Albanese e Penco, 2010, pp. 340-344, Brunori *et al.*, 2011, pp. 9-12) e i *box-schemes* (Viganò *et al.*, 2012, pp. 177-191).

La categoria *proximate* presuppone, invece, un'organizzazione istituzionale più complessa, come, ad esempio le forme di cooperazione tra produttori, finalizzate al reciproco ampliamento dell'assortimento dei propri *farm-shop* con beni non disponibili in azienda, ovvero, l'istituzione di marchi di qualità territoriale che riflettono diverse scale di rappresentazione del territorio (regione, provincia, parco, area vasta, GAL, unioni comunali, comuni, ecc.). Si tratta, comunque, di relazioni di prossimità, nel senso che le transazioni si svolgono, di norma, nello stesso contesto in cui i prodotti vengono realizzati, mentre l'interazione con i produttori può avvenire mediante attori intermedi, che assumono spesso il ruolo di garanti dell'autenticità dei prodotti, come i *local shop* o i ristoranti³.

La terza categoria, infine, include i casi in cui l'aumento della distanza tra produttore e consumatore non snatura la filiera corta, in quanto tale distanza è generalmente proporzionale al successo e alla popolarità raggiunta dai prodotti (champagne e parmigiano reggiano). Minacce a tale fattispecie potrebbero derivare da strategie e politiche che, ignorando la primigenia natura sostantivista, potrebbero indurre gli attori a condotte di mercato relativamente adattive e potenzialmente capaci di compromettere irreversibilmente il valore derivante dall'*embeddedness* (Granovetter, 1985, Murdoch *et al.*, 2000, pp. 115-120, Winter, 2003, pp. 24-25). Le filiere *extended* connettendo attori "lontani", si prospettano come reti lunghe che possono produrre effetti di consolidamento o di trasformazione identitaria, secondo il modo in cui sono costruite e la funzione che svolgono. Esse potrebbero essere distinte in "relativamente estese" (FeRE) e "assolutamente corte" (FeAC). Nelle prime l'attenzione del produttore è necessariamente concentrata sull'obiettivo di promuovere il prodotto e di comunicarlo in maniera efficace,

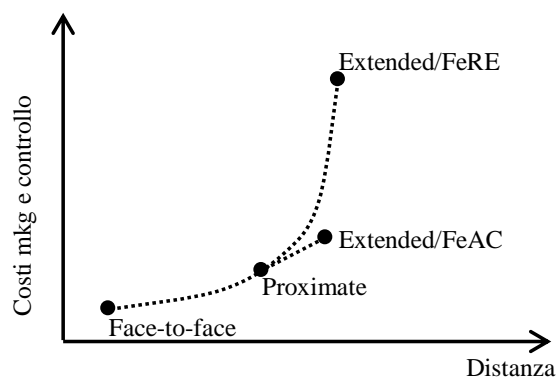
³ La celebrazione rituale di eventi, così come la visibilità nelle fiere e/o l'organizzazione di percorsi tematici, contribuisce a consolidare l'identità territoriale di tali prodotti, che, coinvolgendo progressivamente anche i consumatori non residenti (turisti), consente la progressiva estensione nello spazio e nel tempo della filiera.

adooperando le “chiavi culturali” del destinatario, con inevitabili (forse anche inconsapevoli) conseguenze sul prodotto, sui processi e sugli stessi attori locali. Il risultato è un meticcio che sollecita modifiche identitarie del territorio, le quali, solo se coerenti con il proprio progetto, possono essere definite in senso evolutivo come pro-identitarie. Nelle seconde, la distanza dal consumatore passa in secondo piano, mentre assume rilievo la prossimità dei produttori coinvolti nella filiera, con vantaggi per la riconoscibilità del prodotto e per le modalità di redistribuzione del valore aggiunto. Il mercato ideale è quello costituito dalla domanda locale e da quella turistica, che dovrebbero rappresentare il target non necessariamente unico, ma almeno prevalente, delle imprese regionali. Tale impostazione potrebbe avere importanti effetti di attivazione e promozione (grazie agli incrementi di esternalità reputazionale) anche sulle altre tipologie di filiere.

Questo non significa che i fattori che concorrono alla produzione siano sempre tutti locali (Wilson and Whitehead 2012, p. 202) e, ovviamente, l'eventuale aumento della distanza tra i vari nodi della filiera, può accrescere i costi di comunicazione e i costi di controllo di qualità del processo (Fig. 1). Quanto più lontano è il consumatore dal produttore, tanto più difficile è l'instaurarsi di rapporti fiduciosi basati sul capitale reputazionale. Quest'ultimo, raramente ha caratteristiche tali da essere “naturalmente” riconoscibile al di fuori del contesto locale (cioè quello di realizzazione delle pratiche sociali routinarie) e, a grandi distanze, spesso, viene meno anche il beneficio dell'esternalità reputazionale eventualmente generata dal luogo in cui l'attore è radicato. Il gap di fiducia e riconoscibilità è normalmente colmato con investimenti in comunicazione, che rendono “noto” il marchio di un prodotto o un territorio (ovviamente, l'espedito richiede adeguata disponibilità di capitale). Nonostante il prodotto viaggi anche per grandi distanze, giacché quando raggiunge il consumatore porta con sé informazioni (etichette, marchi, in generale comunicazione) che consentono di “associarlo con il luogo/spazio di produzione” (Renting *et al.*, 2003, p. 399), la filiera è comunque considerata corta.

La configurazione delle filiere corte, come osservato in precedenza, è tributaria anche di una seconda componente, riconducibile a convenzioni di qualità. Esse, come è noto, derivano dalla scarsa riproducibilità del contesto nel quale maturano tanto le relazioni sociali, quanto le relazioni economiche dalla cui combinazione scaturisce la produzione. Tale componente presenta una doppia modalità riferibile, rispettivamente, al territorio o all'azienda d'origine e agli attributi di sostenibilità ambientale del prodotto.

Fig. 1: Distanza e modelli di filiera corta



Sulle ascisse è riportata la distanza tra attori della filiera (produttori e consumatori). Sulle ordinate sono indicati i costi di comunicazione e marketing che crescono al crescere della distanza tra gli attori: poiché diminuisce la possibilità di apprezzare il capitale reputazionale del produttore, aumentano i costi necessari per compensarne l'opacizzazione. Rispetto alla classificazione di Renting (2003, p. 399), le filiere di tipo extended sono distinte in “relativamente estese” (FeRE) e “assolutamente corte” (FeAC).

Fonte: ns. elaborazione

Nel primo caso assumono rilevanza canoni estetici e sensoriali, di norma precostituiti, determinati da fattori scarsamente controllabili da parte degli attori delle filiere, quali le

caratteristiche del luogo (natura, cultura e gastronomia, ecc.) e la disponibilità documentale sui prodotti e i processi produttivi tradizionali. A questi potrebbero aggiungersi, per i prodotti *fair-trade*, convenzioni di qualità attinenti esclusivamente alla possibilità di affermare principi etici e di giustizia sociale, attraverso la ricostruzione di un collegamento diretto (equo e solidale) soprattutto con i fornitori delle materie prime.

Nel secondo caso, invece, legato alla sensibilità ambientale dei consumatori, le convenzioni di qualità sono riconducibili all'adozione di modelli produttivi rispettosi dell'ambiente e della natura. I prodotti da agricoltura biologica e integrata, pertanto, costituiscono le principali categorie di alimenti dotate di tali attributi, ai quali, tuttavia, possono essere associati anche i prodotti con *claim* più generici, tipo "naturale", "salutare" e "sicuro", che sono generalmente abbinati a marchi o denominazioni del territorio con valenze naturalistiche ("del parco", "del tratturo", ecc.).

Insomma, la numerosità e la complessità delle variabili che partecipano alla definizione della configurazione delle filiere corte impediscono di considerarle una mera semplificazione del processo di scambio alimentare, basata sulla contrazione (fino al limite dell'estinzione) della catena distributiva, ritenuta la principale causa delle sperequazioni del reddito, dell'aumento ingiustificato dei prezzi e della mistificazione della reale qualità dei prodotti. I sistemi produttivi locali, alle istanze di un consumo alimentare sempre più consapevole e responsabile, reagiscono proponendo un'ampia gamma di configurazioni di filiera corta, alcune delle quali potrebbero produrre risultati molto diversi da quelli attesi, con conseguenze anche di rilievo sulle dinamiche identitarie.

4. I modelli di filiera corta nella pianificazione strategica di area vasta della Puglia

Il problema centrale del nostro approccio è stato quello di valutare se le filiere corte che raggiungono o possono raggiungere traguardi rilevanti in termini di efficienza risultano anche efficaci nel contribuire a perseguire gli obiettivi (non necessariamente esclusivamente economici) indicati dal progetto di sviluppo territoriale (non sempre esplicito) di comunità. Come detto, il consolidamento identitario non deriva semplicemente dalla tutela di un bene, di un prodotto o di un processo; piuttosto esso si persegue compiendo scelte coerenti con i *desiderata* locali. Le tipicità, solitamente enfatizzate e ritenute meritevoli di tutela, rappresentano solo un sintomo o una conseguenza della tipicità delle relazioni (organizzazione) e degli obiettivi (di sviluppo) di una comunità (cioè della sua identità).

In Puglia, lo strumento della pianificazione strategica è stato al centro di un'attenzione straordinaria: la sua adozione ha dato vita alla prima esperienza, sistematica e su larga scala, di programmazione dello sviluppo basata significativamente su processi partecipativi. Purtroppo, dopo rilevanti investimenti, in termini di risorse finanziarie e umane, il processo si è miseramente arenato sulle insidiose secche di una burocrazia invasiva e di scelte politiche/partitiche non coerenti con le ambizioni dello strumento. Inoltre, riteniamo sia stata fatale l'impreparazione di popolazione e istituzioni rispetto alle pratiche partecipative, le quali si sono rivelate punto di forza e, a un tempo, punto di debolezza di tutto il processo. In effetti, non è chiaro come siano stati individuati i portatori d'interesse, come siano stati messi in atto i meccanismi di coinvolgimento e partecipazione e le modalità di ricomposizione degli interessi divergenti. Si tratta di problemi che, già rilevabili nelle modalità di costruzione del Documento strategico regionale (DSR), sono ben evidenti nei documenti relativi ai piani strategici (PSAV) delle dieci aree vaste in cui era stata suddivisa (un po' forzatamente) tutta la regione. Nel complesso, sembra che il processo abbia spesso escluso più che incluso, riducendo drasticamente le opportunità di condivisione delle visioni e degli obiettivi generali. Questi ultimi, peraltro, hanno risentito moltissimo degli accordi di scala sovra-regionale (Regione - Stato nazionale - Unione Europea) che, oltre a limitare fortemente le scelte locali, hanno spesso causato uno slittamento dell'attenzione dagli obiettivi (largamente predeterminati, come si è detto) agli strumenti con i quali conseguirli. L'elevato tasso di conoscenze tecniche necessario per esprimersi sulla scelta degli strumenti ha finito per ridurre l'interesse a partecipare di un'ampia quota di potenziali *stakeholders*.

Nonostante i gravi limiti evidenziati e le questioni irrisolte, la mole di dati raccolti, trasversalmente a settori e temi, e la qualità dell'esperienza accumulata sono di assoluto rilievo: quanto emerge da analisi di contesto, vision e obiettivi dei piani strategici rappresenta l'unica concreta indicazione attualmente disponibile sulle traiettorie che le comunità locali intenderebbero seguire. In queste, hanno trovato ampio spazio i temi dello sviluppo rurale che fanno leva soprattutto su tre fattori di potenzialità: la varietà produttiva espressa dalle specificità territoriali, la leadership di alcuni segmenti produttivi e la ricchezza di tradizioni a elevato contenuto culturale. La sintesi sinergica di tali fattori sembra realizzarsi con la filiera corta, la cui forma, quindi, risulta strumentale agli obiettivi di competitività, di crescita economica e di stabilità identitaria (sebbene nei singoli piani quest'ultimo concetto resti non definito o utilizzato in maniera contraddittoria) che il territorio intende perseguire.

Al fine di ricostruire la struttura delle filiere corte evocate dai PSAV, si è proceduto all'analisi degli obiettivi di sviluppo rurale contenuti negli stessi, utilizzando una classificazione ottenuta in un lavoro precedente (Belliggiano, 2010, pp. 82-89). Estrapolate le combinazioni degli obiettivi di sviluppo rurale di ogni area vasta, sono state individuate le tipologie di filiera corta coerenti con i rispettivi progetti di sviluppo.

In tutti i dieci piani di area vasta sono presenti riferimenti a obiettivi e strategie che richiedono il ricorso o la valorizzazione di filiere corte; come si può evincere dalla tabella 1, soltanto in due casi (Casarano e Bari) esse sono state esplicitamente richiamate nei documenti consultati e, in entrambi, il riferimento è a filiere di tipo "face to face". In altre sei aree vaste (Lecce, Brindisi, Taranto, Barletta, Gravina, C.M. Monti Dauni), le filiere sono chiamate in causa solo indirettamente, ma inequivocabilmente, dalla presenza combinata di obiettivi di sviluppo rurale direttamente riconducibili a esse: valorizzazione dei prodotti tipici (PT), organizzazione di filiere alimentari territoriali (FT), organizzazione dei distretti agroalimentari di qualità (DAQ) e dei distretti rurali (DR). Nell'area vasta di Monopoli è richiamato il modello delle "filiera relativamente estese" (FeRE) attraverso una coniugazione di multifunzionalità, competitività e internazionalizzazione, finalizzata al potenziamento e all'integrazione dei settori agro-industriale e turistico. Infine, nell'area vasta di Foggia, è evocato il modello delle "filiera assolutamente corte" (FeAC) grazie all'enfasi posta sulle potenzialità turistiche della rete naturalistica abbinata alle attività agro-ambientali e agro-artigianali tipiche del territorio.

Tab. 1: Tipi di filiera corta sottesi agli obiettivi di sviluppo rurale contenuti nei PSAV

Aree Vaste (soggetto capofila)	Obiettivi di Sviluppo Rurale	F2F	FCP	FeAC	FeRE
Casarano	PC – SS – PT – FC – DT	X	X	-	-
Lecce	PC – IA – PT – DAQ – AS – DT	-	X	-	X
Brindisi	PC – IA – PT	-	-	-	X
Taranto	PC – IA – PT – FT – DAQ – DT	-	X	-	X
Monopoli	PC – IA – DT	-	-	-	X
Bari	PC – SS – PT – AS – DT – FC	X	X	-	-
Barletta	PC – PT – DAQ – AS – DR	X	X	X	X
Gravina	PC – IA – DR	-	-	X	-
C.M. Monti Dauni	PC – PT – FT – AS – DT	X	X	-	-
Foggia	AS – DT	-	-	X	-

Gli obiettivi di sviluppo rurale sono riconducibili alle seguenti categorie: incremento della produttività e della competitività delle aziende agro-alimentari (PC), aumento delle strutture e dei servizi di mercato (SS) e internazionalizzazione (IA) delle stesse, valorizzazione dei prodotti tipici (PT), organizzazione e consolidamento delle filiere territoriali (FT), organizzazione dei distretti agroalimentari di qualità (DAQ), tutela dell'ambiente naturale attraverso l'implementazione di processi produttivi sostenibili (AS), diversificazione dell'agricoltura verso lo sviluppo e la valorizzazione del turismo (DT), organizzazione e consolidamento delle filiere corte (FC) e, infine, organizzazione di distretti rurali (DR).

Fonte: ns. elaborazioni

La FeAC è l'unica tipologia di riferimento, oltre che per l'area vasta di Foggia, anche per quella di Gravina, nella quale gli obiettivi di competitività e d'internazionalizzazione sono stati associati all'organizzazione di un distretto rurale. La FeAC è contemplata, questa volta in via non esclusiva, anche nel piano dell'area vasta di Barletta, insieme a tutte le altre tipologie di filiera.

Nel complesso, la particolare frequenza dei riferimenti a filiere di tipo "esteso" (FeRE) sembra correlabile al prevalere dei modelli produttivisti a scapito di quelli post-produttivisti (Wilson, 2001, pp. 78-85): tutti i PSAV si adagiano sugli obiettivi del DSR, fanno riferimento ad un meta-modello chiaramente riconducibile all'ortodossia dello sviluppo locale e, di conseguenza, sono orientati essenzialmente alla crescita economica (De Rubertis, 2010). Competitività e internazionalizzazione assurgono al ruolo di pilastri della progettazione territoriale, solitamente accompagnati da un'enfaticizzazione dei propositi di consolidamento identitario, come se si volessero contrastare i connessi rischi di riduzione di tipicità. In effetti, a nostro avviso, la maggiore preferenza accordata alle FeRE tende a generare significative conseguenze sul prodotto, sui processi e sugli attori locali, tanto da indurre, paradossalmente, modifiche a quella stessa identità che si intende tutelare e valorizzare.

La tipologia delle filiere corte *proximate*, in assoluto la più frequentemente richiamata, può essere considerata, nel contempo, evoluzione delle "face to face" e precursore delle filiere di tipo conservativo (FeAC) che tendono a produrre sul territorio effetti piuttosto simili.

Date le note criticità del sistema produttivo rurale pugliese (piccole dimensioni, sottocapitalizzazione, basso contenuto tecnologico, debolezza commerciale, ecc.) [Regione Puglia, 2006, pp. 14991-14992] e gli obiettivi desumibili dai Piani, le filiere assolutamente corte (FeAC) sembrano destinate ad assumere un ruolo particolarmente significativo: "avvicinando" la moltitudine di micro-produttori locali, esse sembrano in grado di generare vantaggi nella riconoscibilità del prodotto e nelle modalità di redistribuzione del valore aggiunto.

Rispetto all'impostazione di Renting *et al.* (2003), in Puglia, sembra opportuno spostare l'enfasi dalla distanza tra produttori e consumatori a quella tra produttori. In tal modo, diminuisce il rilievo attribuito a costi e a strategie connessi alla raggiungibilità del consumatore, mentre cresce quello attribuito alle qualità di quest'ultimo. Il processo di stabilizzazione identitaria (di conservazione dell'organizzazione "finalizzata") trae giovamento dall'attenuazione delle sollecitazioni all'adattamento che deriverebbe dall'assimilazione di strategie più spiccatamente orientate al consumatore.

In quest'ottica, il mercato ideale (ancorché non esclusivo) è quello associato alla sovrapposizione della domanda locale (geneticamente coerente con l'offerta) con la domanda di tipo "turistico" (non locale), selezionata dalla qualità del prodotto offerto (e non viceversa). Paradossalmente, un'impostazione strategica tanto selettiva, avrebbe importanti effetti di attivazione e promozione (grazie agli incrementi di esternalità reputazionale) sugli altri tipi di filiera che, evidentemente, non possono essere considerati solo residuali.

5. Note conclusive

Assumendo che lo sviluppo di un territorio consista essenzialmente in processi, tendenzialmente condivisi, di consolidamento o trasformazione, sono state considerate le filiere corte e le loro configurazioni non solo come cardine del cosiddetto "nuovo paradigma di sviluppo rurale" (Ploeg J. van der, 2000, 2002 e 2006), ma anche come strumento e, a un tempo, risultato delle trasformazioni identitarie che i processi di sviluppo locale/rurale sono in grado di innescare.

Dalla disamina dei documenti di pianificazione strategica in Puglia, è risultato che i protagonisti della stessa - le aree vaste pugliesi - piuttosto che ricercare e condividere obiettivi di sviluppo "propri", hanno mostrato un'adesione passiva alle traiettorie indicate da altri strumenti sovraordinati di programmazione (Orientamenti Strategici Comunitari, Piano Strategico Nazionale, Programma di Sviluppo Rurale): ciascun territorio rurale è apparso, quindi, come la somma di profili identitari diversi, talvolta contraddittori, spesso "uniformati" dalla necessità di dimostrare di

possedere i requisiti richiesti per accedere ai finanziamenti. Tale preoccupazione si riflette anche sulle imprese, condizionandone la struttura e l'assetto organizzativo, snaturando le scelte produttive e influenzando in modo distorsivo il mercato locale dei fattori.

Com'è stato osservato nel lavoro, atteggiamenti adattivi stimolati dalla competizione territoriale favoriscono comportamenti omologanti da parte dei produttori (FeRE), mettendo in discussione la capacità delle filiere di mantenere stabile la propria organizzazione e i propri obiettivi, separando, quindi, il proprio percorso evolutivo da quello del territorio. Al contrario, gli atteggiamenti conservativi evidenziati dalle F2F, FCP, FeAC porterebbero vantaggi per la riconoscibilità del prodotto e per le modalità di redistribuzione (interna) del valore aggiunto. In questi casi, quindi, il principale mercato di riferimento dovrebbe essere rappresentato da una domanda locale tradizionale integrata da una domanda "altra" (turistica), selezionata dalle stesse caratteristiche dell'offerta.

In conseguenza delle esternalità reputazionali che possono derivare da tale impostazione, si potrebbero registrare importanti effetti di attivazione e di promozione anche sull'altra tipologia di filiera (FeRE), che potrebbe assumere ruoli tutt'altro che marginali. Se i necessari, ulteriori approfondimenti dovessero confermare tali prospettive, meriterebbero particolare attenzione alcune significative conseguenze normative:

1. l'importanza assegnata all'internazionalizzazione dei prodotti tipici andrebbe ridimensionata;
2. l'attenzione verso le interferenze con il processo identitario dovrebbe crescere;
3. la ricerca di un rapporto sinergico con il turismo culturale dovrebbe essere potenziata.

Nel primo punto l'internazionalizzazione del mercato è intesa un'evenienza casuale, da considerare come effetto collaterale, sia pure talvolta desiderabile, e non come obiettivo della filiera corta. Questa rimane tale, solo a condizione di essere sostenuta da processi interattivi di comunicazione (accessibilità di informazioni) sui prodotti e sui processi, innescati e mantenuti principalmente dalla domanda; mentre il produttore si racconta e costruisce/consolida la propria reputazione attraverso il proprio modo di produrre.

Il secondo punto pone in evidenza la subordinazione della filiera corta all'identità del territorio - a cui essa stessa concorre attraverso l'individuazione e la condivisione di obiettivi (ecologici e sociali) - e la necessità di un quadro istituzionale che possa proteggerli. Gli obiettivi ecologici e sociali attengono in modo particolare alle relazioni che i produttori intrattengono con l'ambiente "naturale" e con gli altri membri della comunità. Il quadro istituzionale, invece, costituisce un meccanismo di difesa dell'identità locale: nel caso delle filiere, contribuisce a garantire la riconoscibilità attraverso i marchi i quali, pertanto, diventano strumenti (non obiettivi) delle politiche di filiera e di sviluppo rurale.

Il terzo punto, infine, sottolinea la convergenza tra gli obiettivi economici delle filiere corte e quelli funzionali del cosiddetto turismo esperienziale. Quest'ultimo, com'è noto, è caratterizzato dal ruolo attivo del turista nell'atto della fruizione: questi scopre le qualità locali e, tendenzialmente, vi si adatta. In tal caso il territorio ha la chance effettiva di assimilare le inevitabili interferenze senza ricorrere a cambiamenti significativi (nella propria organizzazione e/o nelle proprie finalità) che ne modificherebbero l'identità.

Bibliografia

- ALBANESE M., PENCO L. (2010), "Gruppi di acquisto solidale, percorsi evolutivi e opzioni di sviluppo", *Micro & Macro Marketing*, n. 3, pp. 339-367.
- BANINI T. (a cura di) (2009), "Identità territoriali. Riflessioni in prospettiva interdisciplinare", *Geotema*, n. 37, pp. 3-84.
- BANINI T. (a cura di) (2011), *Mosaici identitari. Dagli italiani a Vancouver alla Kreppa islandese*, Edizioni Nuova Cultura, Roma.
- BELLIGGIANO A. (2010), "Il ruolo dell'agricoltura nello sviluppo locale: elementi di sviluppo rurale nella pianificazione strategica della Puglia", in De Rubertis S. (a cura di), *Sviluppo come conflitto. La pianificazione strategica in Puglia*, Lecce, Università del Salento, siba-ese.unile.it, Lecce.

- BRUNORI G., ROSSI A., GUIDI F. (2011), "On the New Social Relations around and beyond Food. Analysing Consumers' Role and Action in Gruppi di Acquisto Solidale (Solidarity Purchasing Groups)", *Sociologia Ruralis*, 52, 1, pp. 1-30.
- CERUTI M. (1986), *Il vincolo e la possibilità*, Feltrinelli, Milano.
- CERUTI M. (1989), *La danza che crea. Evoluzione e cognizione nell'epistemologia genetica*, Feltrinelli, 5a ed. 2004, Milano.
- CERUTI M., PRETA L. (a cura di) (1990), *Che cos'è la conoscenza*, Editori Laterza, Bari.
- DE RUBERTIS S. (2005), "Scala e potere. Problemi e conflitti di rappresentazione", in Tinacci Mossello M., Capineri C., Randelli F. (a cura di) (2005), *Conoscere il mondo: Vespucci e la modernità. Atti del Convegno Internazionale. Firenze 28-29 ottobre 2004*, Firenze, Società di Studi Geografici, pp. 189-203.
- DE RUBERTIS S. (a cura di) (2010), *Sviluppo come conflitto. La pianificazione strategica in Puglia*, Università del Salento, siba-ese.unile.it, Lecce.
- DEMATTEIS G. (1985), *Le metafore della Terra. La geografia umana tra mito e scienza*, Feltrinelli, IV edizione, Milano.
- DEMATTEIS G. (1995), *Progetto implicito. Il contributo della geografia umana alle scienze del territorio*, Franco Angeli, Milano.
- DEMATTEIS G., FERLAINO F. (a cura di) (2003), *Il mondo e i luoghi: geografie delle identità e del cambiamento*, IRES Piemonte, Torino.
- DUPUIS E.M., GOODMAN D. (2005), "Should we go "home" to eat?: toward a reflexive politics of localism", *Journal of Rural Studies*, n. 21, pp. 359-371.
- FIORI M. (2003), *Identità territoriale per lo sviluppo e l'imprenditorialità. Applicazioni economiche d'una metodologia quali-quantitativa*, WIP – Edizioni Scientifiche, Bari.
- GOODMAN D. (2004), "Rural Europe Redux? Reflections on Alternative Agro-Food Networks and Paradigm Change", *Sociologia Ruralis*, vol. 44, n. 1, pp. 3-16.
- GRANOVETTER M. (1985), "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness", *American Journal of Sociology*, 91,3, pp. 481-510.
- KNICKEL K., RENTING H. (2000), "Methodological and Conceptual Issues in the Study of Multifunctionality and Rural Development", *Sociologia Ruralis*, 40, 4, pp. 512-528.
- MARSDEN T., BANKS J., BRISTOW G. (2000), "Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development", *Sociologia Ruralis*, 40, 4, pp. 424-438.
- MURDOCH J., MARSDEN T., BANKS J. (2000), "Quality, Nature, and Embeddedness: Some Theoretical Considerations in the Context of the Food Sector", *Economic Geography*, 76,2, pp. 107-125.
- OLIVEIRA J., ROCA Z., LEITAO N. (2010), "Territorial identity and development: from topophilia to terraphilia", *Land use policy*, n. 27, pp. 801-814.
- PAASI A. (2002), "Bounded spaces in the mobile world: deconstructing «regional identity»", *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 93, 2, pp. 137-148.
- PAASI A. (2003), "Region and place: regional identity in question", *Progress in Human Geography*, 27, 4, pp. 475-485.
- PLOEG, J.D. van der (2002), *Living countryside rural development processes in Europe: the state of art*, Elsevier, Doetinchem.
- PLOEG, J.D. van der (2006), "Esiste un nuovo paradigma di sviluppo rurale?", in Cavazzani A., Gaudio G. e Sivini S. (a cura di), *Politiche, Governance e Innovazione per le Aree Rurali*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli.
- PLOEG, J.D. van der, RENTING H. (2000), "Impact and Potential: A Comparative Review of European Rural Development Practices", *Sociologia Ruralis*, 40,4, pp. 529-543.
- PLOEG, J.D. van der, RENTING H., BRUNORI G., KNICKEL K., MANNION J., MARSDEN T., de ROEST K., SEVILLA-GUZMAN E., F.VENTURA, (2000), "Rural Development: From Practices and Policies towards Theory", *Sociologia Ruralis*, 40, 4, pp. 391-408.
- REGIONE PUGLIA (2006), Documento Strategico della Regione Puglia, Bari, BURP n. 102, 9 agosto 2006.
- RENTING H., MARSDEN T.K., BANKS J. (2003), "Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development", *Environment and Planning A*, vol. 35, pp. 393-411.
- ROCA Z., de NAZARÉ OLIVEIRA-ROCA M. (2007), "Affirmation of territorial identity: a development policy issue", *Land use policy*, 24, pp. 434-442.
- SALAIS R., STORPER M. (1992), "The four 'worlds' of contemporary industry", *Cambridge Journal of Economics*, n. 16, pp. 169-193.
- VIGANÒ E., MARIANI A., TAGLIONI C., TORQUATI B. (2012), "Consumatori e canali alternativi per il biologico: il caso del Gruppo Organizzato di domanda e Offerta di AIAB-Umbria", *Economia Agro-Alimentare*, n. 1, pp. 173-194.
- VON FOERESTER H. (1990), "Non sapere di non sapere", in Ceruti M., Preta L. (a cura di), *Che cos'è la conoscenza*, Editori Laterza, Bari, pp. 3-11.
- WILSON G.A. (2001), "From productivism to post-productivism ...and back again? Exploring the (un)changed natural and mental landscapes of European agriculture", *Transactions of the Institute of British Geographers*, n. 26, pp. 77-102.

- WILSON G.A., WHITEHEAD I. (2012), "Local rural product as a 'relic' spatial strategy in globalised rural spaces: Evidence from County Clare (Ireland)", *Journal of Rural Studies*, n. 28, pp. 199-207.
- WINTER M. (2003), "Embeddedness, the new food economy and defensive localism", *Journal of Rural Studies*, n. 19, pp. 23-32.

Siti internet

<http://siba-ese.unile.it>