Le proteste degli agricoltori, che per mesi hanno coinvolto tutta Europa (e che, anche se sfuggite all'attenzione dei media, non si sono mai arrestate del tutto), hanno portato avanti numerose richieste, spesso legate anche a questioni interne ai singoli Paesi. Dal taglio dell'aliquota IRPEF richiesto (e parzialmente ottenuto) dagli agricoltori italiani, all'abbassamento delle quote assicurative reclamato dagli omologhi romeni, fino ad arrivare alla (forse) universale dimostrazione contro il rincaro della benzina, è possibile scorgere un fil rouge che le associazioni che ragionano in maniera più strutturale stanno facendo sempre più venire a galla, ossia quello dell'aumento dei costi di produzione. Esso, però, non è un problema circoscritto al mero aspetto economico e finanziario, ma va ben oltre, entrando in uno dei luoghi più presenti nella nostra vita quotidiana: il supermercato. Questo, in fondo alle sue corsie e dietro alle etichette delle offerte ribassate, nasconde meccanismi di controllo che stringono sempre più la cinghia sugli anelli più deboli della catena, non tenendo conto dell'aumento dei costi e costringendo i lavoratori di categoria a combattere senza tutele una biblica battaglia che va avanti da oltre mezzo secolo contro il gigante della GDO.

GDO, nascita e sviluppo di un colosso di mercato

Con GDO, acronimo che sta per **Grande Distribuzione Organizzata**, si intende quell'imponente sistema di vendita al dettaglio che fa capo a supermercati, ipermercati e strutture di distribuzione intermediarie affini. Il termine è composto da due diversi elementi: la GD, Grande Distribuzione, designa le **grandi catene** composte da svariati punti di vendita che fanno capo a una unica amministrazione centrale, come nel caso delle italiane Coop ed Esselunga, o della francese Carrefour; la DO, Distribuzione Organizzata, è invece una forma di aggregazione di **piccoli soggetti sotto forma di consorzio alimentare**, in cui dunque ogni esercente, seppur unito da un marchio comune, mantiene la propria individualità (è questo il caso di Conad). L'insieme di queste due diverse forme di distribuzione alimentare intermediaria costituisce appunto la GDO, termine con il quale tuttavia, a fronte della sua rapida evoluzione, si intende anche la crescente tendenza di GD e DO a dialogare attraverso gruppi, partenariati, e strategie comuni.

La GDO è l'evoluzione del singolo supermercato, che col tempo ha implementato il proprio servizio creando **una fitta rete di distribuzione e stoccaggio delle merci**. La nascita dei supermercati viene generalmente fatta coincidere con l'idea imprenditoriale di Michael

Cullen, che verso la fine degli anni ’20 del secolo scorso negli Stati Uniti propose un nuovo modello di vendita al dettaglio “fai da te”, in cui il singolo cliente veniva messo direttamente a contatto con la merce esposta e aveva la possibilità di scegliere autonomamente la tipologia e la quantità di beni da acquistare senza la mediazione del commerciante, con cui avrebbe dovuto avere a che fare solo al momento del pagamento. Tra il maggiore controllo nella fruizione delle merci, il forte impatto psicologico sul **senso di autonomia del consumatore** e la indubbia **maggiore comodità nella gestione degli acquisti**, accompagnata anche dalla **vasta varietà di beni acquistabili**, il modello si impose rapidamente in tutti gli Stati Uniti per poi venire importato in Europa.

In **Italia** si dovrà aspettare il 1957 per avere il primo supermercato: si trattava di un’**Esselunga a Milano**, che fece proprio il nuovo modello di spesa fai da te ormai sdoganato negli USA. L’esempio si fece rapidamente strada nell’universo della vendita al dettaglio di beni alimentari, come riporta uno studio sulla storia dei consumi e della distribuzione italiani dei Treccani, che rileva come negli anni ’60 i supermercati locali iniziarono la loro ascesa, passando da 82 a 522 in tutto il Paese. Di questi, la maggior parte era diffusa nel nord Italia: **166 si trovavano solo in Lombardia**, 109 dei quali nella ristretta area di Milano. Il potere caratteristico dei supermercati, adatto ad attirare la clientela grazie alle proprie ampie capacità di stoccaggio e distribuzione, lo rendeva un luogo a suo modo interclassista: esso riusciva infatti ad avvicinare tanto le classi meno abbienti, che venivano attirate dai prezzi accessibili, quanto gli esponenti delle classi medie, attratte dalla garanzia di qualità e di igiene, nonché dalla varietà dei prodotti, spesso d’importazione, in offerta.

L’ascesa della GDO e i suoi meccanismi socio-economici

Agricoltori in protesta a Bruxelles durante il summit UE di febbraio

Nonostante la rapida crescita dei primi anni ’60, il fenomeno dei supermercati si affermò in maniera netta solo verso la fine del decennio e l’inizio degli anni ’70. Col tempo, infatti, vennero meno le diffidenze iniziali dovute alla **mancanza di fiducia nei confronti dei prodotti**, non più a portata di assaggio e di prove visive od olfattive e privati «anche dei consigli del negoziante di quartiere conosciuto dal cliente al quale tradizionalmente ci si affidava per suggerimenti». Per ottenere tutto ciò non bastava attirare i clienti, ma era necessario anche guadagnarsi la loro fiducia. E per farlo occorreva passare per una «compiuta industrializzazione del settore agroalimentare e una distribuzione su larga scala», affiancati dal **«sistema dei marchi»**, il quale «consentì la costruzione di nuove forme di fiducia nei prodotti». Così, a partire dagli anni ’70, l’espansione che aveva inizialmente interessato solo il nord, e principalmente i poli metropolitani (basti pensare a come, nello stesso periodo in cui a Milano c’erano 109 supermercati, nell’intera Calabria ve n’era uno solo), arrivò anche al sud e nelle aree di provincia, e i gruppi locali consolidarono la propria posizione per arrivare, col tempo, a diffondersi a macchia d’olio. A oggi si stima che **il 72% dei consumi alimentari in Italia passi dai supermercati**. Di fronte a una

simile percentuale, è facile immaginare come l'assoluto controllo della distribuzione abbia fornito alla GDO un analogo dominio del mercato e dei prezzi. Della lunga catena che costituisce la filiera alimentare, la GDO risulta infatti sì l'ultimo anello, ma anche quello più solido e forte. E man mano che si scorrono gli anelli della catena, questi risultano sempre più deboli, fino ad arrivare al primo di tutti, costituito proprio dagli agricoltori.

I meccanismi attraverso cui la GDO **stringe la cinghia degli agricoltori** sono molteplici e poggiano le proprie radici proprio sul fatto che i supermercati detengono un sostanziale monopolio sulla distribuzione. Il primo e più noto meccanismo, che nel corso degli anni ha contribuito all'accentramento di potere nelle mani della GDO, è forse quello delle cosiddette **"doppie aste al ribasso"**, attraverso cui i grandi gruppi di distribuzione convocavano una prima asta via mail chiedendo a tutti i potenziali fornitori di proporre un prezzo per la vendita di una determinata merce, per poi chiamare una seconda asta utilizzando l'offerta più bassa della prima come base. Nonostante questo tipo di meccanismo sia oggi vietato, la mancanza di un minimale sui beni agricoli e l'accentramento della distribuzione nei supermercati permettono alla GDO di affrontare il mercato anche durante i periodi di recessione, pagando meno i fornitori al fine di mantenere pressoché invariati i prezzi. Dietro a uno sconto o a un prezzo ridotto sugli scaffali dei supermercati risulta così esserci spesso **un agricoltore o una industria di trasformazione costretta ad accettare offerte poco vantaggiose pur di avere accesso al mercato.**

La progressiva presa di controllo della distribuzione da parte della GDO si è col tempo trasformata in un controllo della stessa offerta. Il fenomeno più evidente a tal riguardo è quello della crescente affermazione delle cosiddette **etichette private**, o *private label*, ossia della vigorosa entrata nel mercato di prodotti dello stesso marchio della GDO. Questi negli ultimi anni stanno registrando una rapida ascesa, tanto che nel 2023 sono arrivati a **costituire il 31,5% dell'intero giro d'affari del mercato**. Il progressivo incremento di prodotti a marchio del distributore sul mercato ha reso, e rende in misura sempre maggiore, ancora più sbilanciati i rapporti di forza tra GDO e produttore: quest'ultimo, infatti, di fronte al prodotto *private label* non può che trasformarsi in un semplice fornitore, un manovale senza una propria identità di mercato e commerciale, e rientrare nel circolo vizioso della competizione di categoria per vendere il proprio prodotto a quello che è diventato l'unico possibile offerente.

Gli effetti dei meccanismi della GDO e la lotta degli

agricoltori

Gli agricoltori bloccano le strade in segno di protesta in una manifestazione a Berlino

I meccanismi di controllo del commercio portati avanti dalla GDO portano a un sempre più rapido accentramento delle capacità di vendita nelle sue mani. Secondo gli ultimi dati ISTAT, il valore della vendita al dettaglio della GDO risulta in costante crescita e a dicembre 2023 ha registrato un aumento pari all'1,9% annuo, **a scapito delle imprese operanti su piccole superfici** (-1,2%) **e delle vendite al di fuori dei negozi** (-3,3%). La crisi del settore agricolo colpisce il mondo dell'agricoltura su tutti i fronti: a tal proposito, il 2023 ha registrato una riduzione in volume tanto nella sfera produttiva (-1,4%) quanto nel valore aggiunto ai prezzi base (-2%) e, soprattutto, nelle unità di lavoro (-4,9%). Il totale della superficie coltivabile è diminuito di oltre lo 0,37% annuo, e secondo il 7° Censimento generale dell'agricoltura, dal 1982 al 2020, la Superficie agricola utilizzata e la Superficie agricola totale sono calate rispettivamente del **-20,8% e del -26,4%**, **mentre le aziende agricole sono diminuite di quasi due terzi** (-63,8%), aumentando invece di grandezza. Gli effetti dell'accentramento di potere nella GDO, che risulta comunque uno solo dei tanti

tasselli che compongono il variegato mosaico della crisi agricola, sono evidenti.

Davanti a un pressoché totale annichilimento delle capacità commerciali, sempre più agricoltori sono costretti a chiudere i battenti o a svendersi per sopravvivere. Nonostante **l'Unione Europea abbia vietato le aste al doppio ribasso**, norma implementata anche dall'Italia a novembre 2021, i meccanismi di controllo della GDO e l'eccessiva discrepanza di potere tra distributore finale e produttore rimangono troppo radicati. È per questo che negli anni, per provare a contrastare lo strapotere della GDO, sono nate organizzazioni di categoria che operano tanto su scala nazionale quanto su scala internazionale. **La loro battaglia è focalizzata** nel chiedere alle autorità nazionali ed europee l'imposizione di un minimo sui prodotti agricoli in modo da combattere il sottocosto e la concorrenza sleale portata avanti dalla GDO nei confronti degli agricoltori; l'abbassamento dei costi di produzione e accessori, sempre più alti a causa dei rincari; e, per ultimo, l'introduzione di un sistema fiscale e di regolamentazione che colpisca l'anello più forte della catena, fornendo garanzie a quello più debole. Queste richieste vogliono intaccare alla radice il sistema attuale, riducibile al binomio produzione-distribuzione. I costi sono troppo alti e il monopolio sulle vendite permette alla GDO di stringere la cinghia sugli agricoltori mantenendo invariati i prezzi pagando meno i fornitori. L'Unione Europea aveva provato a regolamentare i rapporti tra i due estremi della catena nel 2019 con **la direttiva n. 633**, con la quale vietava una serie di pratiche commerciali considerate sleali, mentre la Francia ha recentemente promulgato una legge volta a regolamentare i rapporti commerciali tra i due principali attori della filiera agroalimentare.

Le intenzioni sarebbero quelle di gestire in via diretta il rapporto tra i due estremi della catena, fornendo agli agricoltori la garanzia che il prodotto non venga venduto a un prezzo inferiore dei suoi costi di produzione, ma a quanto dimostrano le proteste siamo ancora ben lontani dall'equilibrio che ci si aspettava di raggiungere.

[di Dario Lucisano]