

Introduzione

Il progetto di ricerca interregionale FITAVA (La filiera del tartufo e la sua valorizzazione in Toscana e Abruzzo), promosso e finanziato da ARSIA e ARSSA, vede l'aggregazione di diversi soggetti scientifici e non, riuniti dal comune obiettivo di analizzare in modo dettagliato le fasi che il tartufo percorre dal momento della raccolta fino al suo consumo finale. Il soggetto capofila è il Dipartimento di Economia, Ingegneria, Scienze e Tecnologie Agrarie e Forestali (DEISTAF) – Università di Firenze (Coordinatore Prof. Enrico Marone), partner del progetto sono: DSA – Dipartimento di Scienze Ambientali – Università dell'Aquila; URATT – Unione Regionale Associazioni Tartufai Toscane; Associazione Tartufai delle Colline Samminiatesi; Associazione Tartufai Senesi; Centro di Ricerca per la Selvicoltura di Arezzo.

La finalità generale del progetto è quella di ampliare le conoscenze sul mondo del tartufo al fine di valorizzarne la filiera. La filosofia ed il teorema che stanno alla base di tutto lo sviluppo del progetto coincidono con la ferma consapevolezza che l'unica strategia possibile per poter valorizzare la filiera del tartufo e la figura del tartufaio, la cui attività riveste un importante ruolo anche per la collettività in termini ambientali e sociali, sia quella di rendere trasparente ed evidente tale attività, eliminando quella patina di pregiudizio e mistero che ha spesso contraddistinto il mondo del tartufo.

La difesa del tartufo e della sua filiera, che evidentemente passa anche attraverso un uso sostenibile delle risorse naturali, è possibile solo se vengono ridotte al minimo le carenze e le asimmetrie informative (disparità del livello informativo su cui si basano le scelte economiche: in questo caso il consumatore è il soggetto più debole che ha la minima conoscenza del fenomeno sebbene, in definitiva, sia colui il quale sorregge finanziariamente il sistema). Proprio i passaggi poco chiari della filiera, infatti, rappresentano l'anello fragile del sistema in cui possono convogliare e proliferare i rischi per il consumatore (contraffazione del prodotto, bassa qualità dello stesso, utilizzo di sostanze chimiche ecc.). Per quanto riguarda il settore del tartufo, tra l'altro, è quanto meno singolare notare come il consumatore finale, ovvero colui che sostiene tutta la filiera, sia il soggetto col minimo livello informativo e quindi quello maggiormente a rischio. In aggiunta, il mercato del tartufo ed il relativo sistema dei prezzi sembra essere di tipo oligopolistico, in cui poche figure hanno il controllo delle quantità immesse sul mercato e, pertanto, possono determinare e condizionare i prezzi del prodotto. Questo sistema, che nel breve periodo porta effettivamente dei vantaggi finanziari a coloro che detengono strategicamente le informazioni e gestiscono il mercato, non è sostenibile economicamente nel medio lungo periodo in quanto è molto più fragile nei confronti delle frodi quali le manipolazioni o l'ingresso sul mercato di prodotti qualitativamente scarsi.

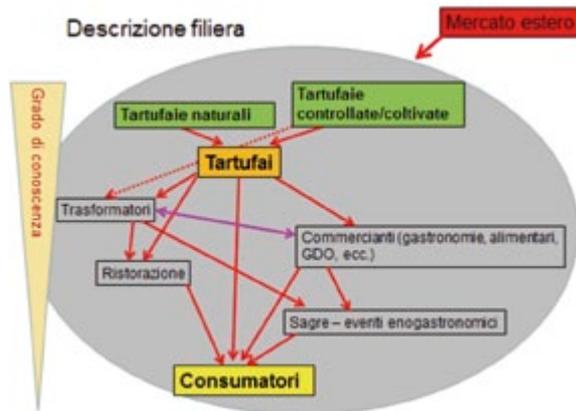


Figura 1.1 – Descrizione filiera.

A fronte di queste problematiche, l'economia ci insegna che la conoscenza della domanda e dell'offerta di un bene costituiscono elementi imprescindibili per una efficiente organizzazione del mercato. Il mercato è inteso come la rete di comunicazione tra individui e imprese per acquistare e vendere merci e servizi e, come è noto, dall'incontro tra domanda e offerta si determinano i prezzi dei beni e delle risorse scambiate. Poiché negli attuali sistemi economici quasi mai abbiamo una relazione diretta tra produttore e consumatore, ma complessi passaggi intermedi, lo studio dell'equilibrio tra domanda e offerta diventa molto più complesso. Si ricorre, quindi agli studi di filiera, sequenza dei procedimenti e delle lavorazioni che dalla materia prima portano al prodotto finito, per capire meglio quali siano i meccanismi che governano il mercato dei beni. Queste conoscenze consentono di poter intraprendere azioni di intervento sul mercato, nel caso in cui il decisore pubblico ritenga che per motivi di utilità sociale, sia opportuno prendere provvedimenti utili al raggiungimento delle finalità a cui è preposto.

Nel caso della tartuficoltura l'esigenza di maggiore conoscenza delle strutture di mercato è molto sentita al fine di intraprendere le necessarie azioni di sviluppo, difesa e valorizzazione del prodotto.

Così come non è meno importante approfondire le informazioni relative alla convenienza degli investimenti effettuati nell'ambito della coltivazione del tartufo.

In ragione di questi finalità di carattere generale, il progetto di ricerca presentato con questo lavoro ha inteso conseguire due obiettivi prioritari: il primo teso alla valutazione delle potenzialità e dei limiti di sviluppo della tartuficoltura e il secondo volto ad approfondire e aggiornare l'analisi dei comparti che caratterizzano la filiera del tartufo.

Il primo obiettivo ha previsto di effettuare studi e ricerche per riuscire a valutare le potenzialità e i limiti di sviluppo della tartuficoltura attraverso un'analisi degli investimenti per la realizzazione di impianti specializzati con piantine micorrizzate con tartufi. A tal fine si è previsto di coinvolgere le principali associazioni di tartufai in quanto esse rappresentano un campione molto significativo dell'universo di coloro che svolgono questa attività e ci hanno consentito di attuare indagini che vanno al di là della semplice raccolta di dati relativi alla produttività e al costo di realizzazione degli impianti, ma di associare ad essi informazioni che spesso sfuggono nelle rilevazioni effettuate in contesti esclusivamente sperimentali. Allargare la numerosità dei dati, allargando l'orizzonte oltre l'analisi delle sole realtà speri-

mentali, ha rappresentato uno dei principali obiettivi del progetto e il coinvolgimento di partner che sono a contatto con molte delle realtà operative esistenti sul territorio ci ha consentito di lavorare su dati molto significativi.

La difficoltà maggiore è stata quella di rendere omogenee le informazioni assunte e nel cercare di trovare in esse relazioni scientificamente significative, utili a mettere in relazione il livello produttivo ottenuto nei singoli impianti con le principali variabili che la letteratura ci indica come influenti sul processo produttivo.

La rilevazione dei dati sopra descritti è stata accompagnata dall'osservazione dei caratteri distintivi degli operatori. Come suggerito dal bando abbiamo condotto le indagini sulle tartufole coltivate inserendo molte variabili legate alla tipologia di imprenditore e alle caratteristiche strutturali degli impianti che di seguito elenchiamo: i caratteri anagrafici e sociali del tartuficoltore, la struttura aziendale, e le motivazioni che hanno portato a intraprendere l'attività, le caratteristiche dell'ambiente in cui è stato realizzato l'impianto, le caratteristiche dell'impianto, il reperimento del materiale vivaistico, le operazioni colturali all'impianto e negli anni successivi, i finanziamenti ottenuti, le aspettative. L'estrema variabilità dei risultati ottenuti ci ha confermato della bontà di tale scelta in quanto il successo o insuccesso degli impianti sono legati ad una moltitudine di variabili che è utile rendere note al fine di poter meglio interpretare la valutazione di convenienza dell'investimento.

Il secondo obiettivo ha riguardato la definizione delle caratteristiche del mercato regionale (Toscana e Abruzzo) del tartufo fresco attraverso indagini campionarie rivolte ai diversi comparti della filiera in ciascuna delle regioni aderenti al progetto. Il campione prescelto ha tenuto conto della struttura del mercato che si distingue a volte nettamente tra mercato della produzione, mercato del commercio all'ingrosso e mercato del consumo di prodotto fresco o trasformato. Dal punto di vista operativo, in generale, si è proceduto ad analizzare i vari comparti della filiera attraverso campionamenti e questionari specifici in modo tale da evidenziarne le caratteristiche peculiari. L'obiettivo principale è stato quello di individuare tutti i soggetti coinvolti nella filiera e il loro ruolo e di stimare i quantitativi, i prezzi e la loro formazione in relazione alla variabilità della domanda e dell'offerta e alle differenti tipologie di prodotto. L'universo al quale si è fatto riferimento è stato quello delle:

- tartufai operanti nei due territori regionali;
- aziende del settore dei prodotti trasformati;
- sagre, mostre mercato, manifestazioni fieristiche;
- ristorazione, grande distribuzione, negozi alimentari e specializzati.

Così come è stato evidenziato in precedenti lavori, anche in questa ricerca si è dedicata molta attenzione della definizione del profilo dei tartufai e dei costi legati allo svolgimento della loro attività al fine di poter dare un contributo alla stima della consistenza del mercato del tartufo.

Le conoscenze più approfondite, rese possibili attraverso l'analisi dei mercati, della struttura e del peso economico della filiera nell'ambito del contesto regionale, ha consentito di effettuare valutazioni sulle ricadute economiche per il territorio e sull'opportunità di attivare percorsi di valorizzazione del prodotto. Le ricadute sul territorio potranno essere osservate non solo sotto l'aspetto di incremento della produzione al costo dei fattori dei diversi comparti coinvolti in maniera diretta, indiretta o indotta dall'attività tartufigola, ma anche in termini di incremento della difesa dell'ambiente visto lo stretto legame tra produzioni

tartufigole e condizioni di naturalità degli ambienti vocati e attività di salvaguardia e miglioramento ambientale promosso dalle stesse associazioni di raccoglitori. In questo senso il progetto potrebbe fornire anche un importante supporto informativo strategico per il decisore pubblico nella fase di sviluppo delle politiche e della valorizzazione territoriale.

I metodi di indagine adottati, come premesso nella descrizione degli obiettivi, hanno reso necessario il coinvolgimento di tutti i partner di progetto senza i quali non sarebbe stato possibile approfondire le conoscenze sulla filiera. I risultati della ricerca costituiranno validi elementi di orientamento per gli operatori del settore. In particolare la maggiore conoscenza della filiera e la valutazione di convenienza economica degli investimenti costituiranno degli ottimi strumenti a difesa delle prodotto locale e della sua qualità, limitando l'impatto negativo sul comparto legato all'introduzione di prodotti surrogati al tartufo e all'uso di sostanze di natura sintetica nella preparazione di tutti i prodotti a base di tartufo. Per tutte le imprese sia a livello di produzione sia a livello di trasformazione-commercializzazione le conoscenze scaturite nell'ambito del progetto potranno servire per lo sviluppo di strumenti di mercato che consentano loro di beneficiare del riconoscimento di qualità e tipicità del prodotto attraverso una maggiore trasparenza della filiera. Inoltre, per le diverse comunità locali che operano nelle zone vocate, lo sviluppo delle attività tartufigole e l'incremento di reddito ad essa legato, insieme alla salvaguardia ambientale del territorio, che diventa elemento inscindibile per il successo dell'attività sia di raccolta sia di coltivazione, porterà rilevanti impatti positivi sull'economia del territorio. Infine, le istituzioni potranno usufruire dei dati raccolti per meglio definire le politiche di aiuto alla promozione del prodotto e per l'adozione di adeguati strumenti a supporto di coloro che contribuiscono alla produzione di esternalità positive prodotte dalla salvaguardia dei territori tartufigeni.

1. Gli obiettivi del progetto

Allo stato attuale il settore del tartufo mostra alcune rilevanti carenze rispetto alle quali il trasferimento delle conoscenze scientifiche agli operatori del settore potrebbe generare ampi vantaggi per questi ultimi e per l'economia del territorio. Queste carenze possono riassumersi all'interno di due principali problematiche: l'incertezza dei risultati produttivi ottenibili dall'attività di raccolta e di coltivazione del prodotto e l'efficiente loro collocazione sul mercato.

Se si ritiene che la raccolta/coltivazione del tartufo possa essere considerata una attività che va oltre la semplice pratica hobbistica, come fanno pensare le numerose associazioni tra gli operatori e le economie di mercato che il prodotto è in grado di promuovere, è necessario contribuire alla soluzione dei due problemi sopra evidenziati.

Nel primo caso potrebbe essere utile raccogliere tutti i dati attualmente disponibili sulle capacità produttive sia dei siti naturali sia di quelli coltivati, in funzione dei parametri che il mondo scientifico e l'esperienza diretta indicano come influenti sul livello produttivo. Tale elaborazione potrebbe consentire di individuare alcuni parametri utili alla definizione delle caratteristiche vocazionali minime di un territorio ai fini dell'espressione di un giudizio di convenienza economica dell'investimento che il raccoglitore/coltivatore decide di intraprendere.

La metodologia da adottare in questo caso è quella dell'analisi del costo di produzione e dei ricavi. L'elemento innovativo che si è introdotto con questo lavoro è stato quello di individuare diverse tipologie di raccoglitori/coltivatori in quanto i costi sostenuti per l'investimento sono specifici per ciascun soggetto e di conseguenza estremamente variabili in relazione alle caratteristiche di colui che effettua l'investimento. Dal lato dei ricavi sarà sicuramente più difficile individuare valori certi, data la naturale tendenza a non svelare la propria capacità reddituale. Sarà però interessante mirare a conoscere una molteplicità di indicazioni sulla capacità produttiva dei singoli siti in relazione a parametri naturali e non, attualmente individuati in letteratura, attraverso la costruzione di un apposito database di raccolta dei dati rilevati.

Come risulta dalla letteratura esistente sull'argomento è spesso difficile arrivare a definire una stima precisa della produzione di un determinato territorio, mentre è più facile stimare le variazioni produttive che si verificano di anno in anno e che risultano molto elevate nell'ambito della tartuficoltura. La conoscenza di tali variazioni e della loro ciclicità ci ha consentito però di valutare il potenziale ricavo medio annuo che, anche se non dichiarato, si suppone perlomeno pari al costo di produzione sostenuto nel caso di profitto nullo. L'informazione ottenuta risulterà utile sia per il soggetto privato, che saprà

di dovere sopportare costi che non verranno ripagati annualmente (valutazione della capacità di sostenere l'eventuale fabbisogno finanziario dell'operazione), ma solo in periodi poliannuali e, al contempo, consentirà alle amministrazioni una maggiore capacità nella scelta di redistribuzione delle risorse che deriva sia dalla valutazione delle esternalità prodotte dall'attività tartufigola (di cui in questo progetto non ci siamo occupati) sia dalla conoscenza dell'ammontare dei costi di produzione sostenuti dai soggetti coinvolti in questo tipo di attività.

Non meno importante risulta il secondo problema evidenziato che deriva dalla consapevolezza che la conoscenza della domanda e dell'offerta di un bene costituiscono elementi imprescindibili per una efficiente organizzazione del mercato. Lo studio di filiera, sequenza dei procedimenti e delle lavorazioni che dalla materia prima portano al prodotto finito rappresenta sicuramente un utile strumento di conoscenza per la corretta collocazione del prodotto sul mercato.

Lo studio di filiera, oltre ad individuare tutti le componenti che la caratterizzano e la loro articolazione, necessita di esprimere tali relazioni in termini di valore e/o di quantità. Come è noto per il tartufo tali conoscenze sono assenti e i singoli saperi di coloro che in qualche misura partecipano al processo di filiera sono del tutto insufficienti per la loro costruzione. Il tartufigola sa esattamente quanto tartufo cava, immagina più o meno la quantità che cava il suo amico o concorrente, pensa di poter stimare la quantità prodotta nel suo territorio, non ha idea del valore e della quantità che caratterizza la filiera tartufigola a livello regionale o nazionale. Lo stesso può dirsi del grossista, del trasformatore del prodotto, del commerciante, dell'amministratore che vorrebbe in qualche modo svolgere la sua funzione di riequilibrio nelle possibili distorsioni del mercato.

La possibilità di valorizzare il prodotto attraverso le normative a difesa e sostegno delle produzioni di qualità o tipiche non può prescindere dall'esigenza di conoscenza della filiera, necessaria per intraprendere qualsiasi azione di sviluppo e di valorizzazione del prodotto.

La conoscenza del prodotto deve, poi, essere caratterizzata dalla visibilità delle produzioni tipiche definendone attraverso l'individuazione della natura del prodotto (riconoscimento genetico...), l'esplicitazione di standard di riferimento e la descrizione delle caratteristiche proprie e inequivocabili del prodotto. Tutto ciò comporta ovviamente dei costi ed è quindi necessario che il costo marginale non superi il prezzo di mercato del prodotto. A tal fine sarebbe necessario ad esempio:

- valutare quanto è disposto a spendere in più il consumatore sapendo che il tartufigola è certamente proveniente da un determinato territorio (questa fase, non prevista nel progetto di ricerca originario è attualmente in fase di realizzazione);
- valutare quanto è necessario spendere per determinare le caratteristiche del tartufigola A rispetto a quelle del tartufigola B;
- valutare quanto è necessario spendere per informare il consumatore di tali differenze;
- valutare il costo della certificazione;
- valutare se l'incremento di valore è sufficiente a coprire i costi di cui sopra.

Operando in tal modo sarebbe possibile definire migliori strategie di mercato utili per tutti gli operatori della filiera; l'azione cooperativa richiesta comporterebbe una iniziale diminuzione dei propri utili, che sarebbe in realtà solo apparente in quanto la valorizzazione del mercato che ne scaturirebbe lo rafforzerebbe e garantirebbe la permanenza nel lungo

periodo di condizioni di profitto per tutti gli attori della filiera altrimenti minacciate da prodotti non locali e di bassa qualità.

Questa analisi permetterebbe altresì al decisore pubblico, che abbiamo visto non è attore secondario nell'organizzazione di questo processo di filiera, di avere cognizione dell'impatto economico complessivo prodotto dal settore e avere così maggiori strumenti per definire le sue politiche e per la distribuzione delle risorse disponibili.

Anche se come si vedrà più oltre è stato difficile arrivare ad una quantificazione precisa del prodotto nelle due regioni oggetto dell'indagine, arrivare a definire un ordine di grandezza e soprattutto potere individuare con maggiore dettaglio le diverse componenti della filiera e le relazioni tra di esse, ha portato sicuramente un notevole contributo nel raggiungimento degli obiettivi prefissati. In particolare l'individuazione, attraverso le rispettive associazioni di categoria, degli esercizi che commercializzano il tartufo (alimentari, grande distribuzione, ristoranti delle regioni Toscana e Abruzzo) e delle industrie di lavorazione, conservazione e commercio all'ingrosso del prodotto, a cui sottoporre un questionario mirato ad individuare le relazioni che legano tali soggetti. Non sempre è stato possibile arrivare a determinare le quantità di prodotto trattate dai diversi comparti della filiera, ma è stato possibile individuare i punti di forza e di debolezza della filiera soprattutto utili per potere andare nella direzione di valorizzazione del prodotto. Inoltre, i questionari somministrati ai soggetti sopra individuati sono stati concepiti al fine di individuare quali fossero i prodotti che vedono il tartufo come principale ingrediente. L'esistenza di canali distributivi diretti ha poi suggerito di approfondire anche questo aspetto attraverso interviste somministrare direttamente ai tartufai e attraverso l'osservazione di quanto avviene nelle principali sagre, fiere e manifestazioni del settore.

Le attività svolte nell'ambito del progetto possono riassumersi nelle operazioni di seguito elencate:

- raccolta di tutti i dati disponibili attualmente in letteratura;
- valutazione degli investimenti nell'attività di coltivazione e miglioramento delle tartufoie in funzione delle caratteristiche dei territori oggetto di studio e della tipologia di imprenditore (indagine campionaria);
- analisi quali-quantitativa dei comparti caratteristici della filiera del tartufo (indagine campionaria);
- analisi dell'impatto del miglioramento delle conoscenze sia nei riguardi del mondo operativo sia nei confronti della difesa e del miglioramento dell'ambiente naturale.

I risultati attesi:

- valutazione degli investimenti dell'attività di raccolta/coltivazione;
- acquisizione di maggiori e più approfondite conoscenze sulla filiera tartufigola.