

PRESUPPOSTI E RIFLESSI GEOGRAFICI DELLA CONCENTRAZIONE ECONOMICA (*)

A MO' DI PREMESSA

Una delle caratteristiche più spiccate della vita economica moderna è la tendenza alla concentrazione dei fattori produttivi in organismi di sempre maggiori dimensioni. Nel campo delle discipline statistico-economiche la maggiore attenzione è andata alla concentrazione industriale, ma, a giudizio della maggior competenza italiana in materia, P. Battara, « studi veri e propri che abbiano per oggetto la concentrazione industriale come argomento autonomo ve ne sono ben pochi, mentre la maggior parte degli studi esistenti riguardano la concentrazione industriale unicamente sotto il profilo della "misura", del grado di monopolio, o, come si dice oggi, del potere dei monopoli » (1). Forse sono stati analizzati meglio, specialmente in America ed in Inghilterra, la natura ed i processi della concentrazione finanziaria, così come i sistemi di distribuzione delle merci e dei servizi.

Certo si è che in campo geografico di concentrazione economica si è parlato meno ancora. L'onore è salvo, grazie ad alcune pagine ad essa dedicate da P. George nel suo *Précis de Géographie économique* (2). E' vero anche che i geografi qualificano talvolta

(*) Un sunto del presente articolo ha formato l'oggetto di una comunicazione al XXI Congresso Geografico Internazionale (Nuova Delhi, dicembre 1968).

(1) P. BATTARA, *La concentrazione industriale*, in « Atti della Comm. parlam. di inchiesta sui limiti posti alla concorrenza nel campo econ. », Doc. XVIII, n. 1, Studi e monografie, vol. IV, Roma, Servizio Studi, legislazione e inchieste parlamentari, 1963; cfr. pp. 4-5.

(2) P. GEORGE, *Précis de Géographie économique*, Parigi, Presses Universitaires de France, 1956; cfr. pp. 76-81, nelle quali, peraltro, non si accenna che alla concentrazione industriale.

come « concentrazioni industriali » città e distretti manifatturieri. Ma, a ben guardare, il materiale agglomerarsi di industrie in un dato territorio è solo una faccia del complesso fenomeno in discorso, mentre altri possono essere gli aspetti spaziali e dimensionali della concentrazione economica in genere. Sono questi, appunto, gli aspetti ancora oscuri, confusi o dubbiosi, che mi proporrei di individuare come oggetto di ulteriori ricerche.

So bene quali e quanti problemi sono connessi all'essenza e all'interpretazione del concetto di concentrazione economica, specie da quando Carlo Marx ne ha vaticinato il fatale accrescersi come segnacolo certo del tramonto del capitalismo. So pure quanto sia ricca e varia la serie dei fattori suscettibili di essere attratti nell'orbita della concentrazione economica, dalla terra agli uomini e ai capitali, dagli stabilimenti e dalle aziende alle imprese e ai grandi complessi o consorzi di imprese (*trusts*, *Konzern*, *holdings*, ecc.), dalle caratteristiche quantitative e qualitative della produzione all'ampiezza dei mercati e all'organizzazione delle vendite.

Ora, gran parte di queste componenti del mondo produttivo appaiono legate all'ambiente terrestre, ed è dalla loro considerazione che può derivare alla concentrazione economica l'interesse geografico di cui vorrei qui assicurarmi. Ma come tener conto di una materia così vasta, e sulla quale le informazioni sono spesso lacunose, senza dedicarsi ad un lavoro ben più serio ed impegnativo di quello cui debbo limitarmi? Mi perdonino gli Dei dell'Olimpo geografico, severi custodi del nostro metodo, che è metodo induttivo, fondato sull'osservazione, se miro a cogliere aspetti generali di fatti analiticamente non ancora abbastanza studiati. Talvolta, l'attesa di una sicurezza lontana è più pregiudizievole, per il progresso del sapere, che non il procedere per tentativi immediati. D'altra parte, una visione globale, integrale della concentrazione economica, se possibile entro i confini di una data regione, mi sembra prematura o troppo azzardata in termini di geografia generale. Per questo non rimane che guardare alla concentrazione economica nei campi separati dell'attività agricola, industriale, commerciale.

Prima, però, mi siano consentite alcune precisazioni di base. Poco sopra ho definito la concentrazione economica come la ten-

denza al raggruppamento dei fattori produttivi in organismi di sempre maggiori dimensioni. Questi organismi possono essere unità economiche, come le aziende e le imprese, e unità tecniche, come i poderi, gli stabilimenti, gli opifici. Per ragioni ovvie, dal punto di vista geografico, si è maggiormente portati a fermar l'attenzione sulle unità tecniche, come quelle che si inseriscono materialmente nel paesaggio come suoi elementi concreti. E tuttavia è da credere che anche le unità economiche possano assumere aspetti geograficamente apprezzabili. Le une e le altre, poi, sono sostanzialmente, per dirla con E. Tilton Penrose, delle « raccolte di risorse » (3). Ed è sotto questo aspetto che, sempre geograficamente parlando, esse meritano di essere considerate.

Nella definizione di cui sopra la concentrazione economica appare legata alle dimensioni delle unità produttive. In questo modo la visuale si sposta da un movimento a delle grandezze, da un procedimento in atto a delle situazioni di fatto. Si passa in sostanza, per buona sorte, su un terreno più solido e più ampiamente esplorato, perché, come è noto, sulle dimensioni delle ditte, delle imprese, delle aziende, degli stabilimenti si è scritto tanto da riempire scaffali di libri. Però anche qui, più che sulla natura, sulle cause, sulla dinamica del fenomeno in sé, si è lavorato, con largo sfoggio di eleganze statistico-matematiche, al fine di misurare e di rendere paragonabili fra di loro le dimensioni delle unità produttive e per determinarne le dimensioni ottimali.

In linea di principio, tali dimensioni andrebbero misurate calcolando il valore totale delle risorse inglobate nell'azienda (compreso il personale) e impiegate nella produzione. Praticamente, peraltro, questo calcolo si rivela impossibile e, in assenza di valutazioni veramente soddisfacenti, si può ricorrere ad una vasta gamma di scelte in relazione allo scopo che si persegue. Ponendo sulla bilancia investimenti, capitali finanziari, produzione, valore aggiunto, vendite, redditi, si mira a configurare le dimensioni economiche di un'impresa o di un gruppo di imprese. Quando, invece, si mettono in conto specialmente i terreni, i fabbricati, gli impianti fissi, le scorte di materie prime, i magazzini, saranno

(3) E. TILTON PENROSE, *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford, Basil Blackwell, 1963; cfr. pp. 65-85.

le dimensioni fisiche di quelle unità produttive a prendere consistenza. Nel qual caso, evidentemente, si tratta di lineamenti dimensionali più interessanti per il geografo, costituendo essi stessi dei fattori geografici.

Altrettanto evidentemente, però, anche questa distinzione, come quella fra unità economiche ed unità tecniche, portata su vasta scala è tutt'altro che facile. Né sarà qui il caso di formalizzarsi nel rispettarla. Importa, anzitutto, assicurarsi se tra aumento delle dimensioni delle imprese e concentrazione economica esista correlazione. Del che sembra non potersi dubitare (4). Rimane da vedere se e fino a che punto i fenomeni che danno luogo a detta correlazione dipendano da condizioni ambientali d'ordine geografico e se e fino a che punto i fatti in cui essi concretamente si traducono modifichino, con quelle della vita economica, le caratteristiche del paesaggio. E' bene, in ogni caso, ripetere che lo stato della materia è tale da non consentire un rigoroso e documentato inquadramento, ma da permettere soltanto di individuare, quando possibile, degli orientamenti delle tendenze.

1. LA CONCENTRAZIONE FONDIARIA

La lentezza con cui si propagano nella quiete abitudinaria delle campagne anche le rivoluzioni più radicali spiega perché i segni di un eventuale aumento delle dimensioni delle aziende rurali, e quindi di una concentrazione delle unità produttive, siano nell'agricoltura moderna meno frequenti e chiari di quelli che presentano le altre forme di attività economica. In realtà, ci si trova di fronte, quasi contemporaneamente, a manifestazioni opposte.

Il primo dopoguerra mondiale è stato un periodo di riforme

(4) « There is a good positive correlation of average unit size with concentration »: così R. EVELY e I. D. M. LITTLE, *Concentration in British Industry*, Cambridge, University Press, 1960; cfr. pp. 14-15; « Gewiss erscheint das Grosswerden der Betriebe als solches als einer der Fundamentalmomente in der Konzentrationsbewegung »: così F. HAUSSMANN, *Die wirtschaftliche Konzentration und ihre Schicksalwende*, Basilea, Verlag für Recht und Gesellschaft, A-G, 1940; cfr. p. 10.

agrarie a catena, destinate a ricompensare i sacrifici delle masse combattenti contadine con la proprietà della terra. Tra il 1918 ed il 1927 quattordici Stati europei (Unione Sovietica compresa) hanno proceduto a divisioni di terre, partendo dal caso limite della Romania, in cui 63 proprietari detenevano il 30% del suolo coltivato. Tali riforme agrarie hanno interessato 6 milioni di kmq., i due terzi dell'Europa, e 200 milioni di abitanti (5). S'aggiunga che in quel torno di tempo altri paesi in Europa (come l'Italia e la Spagna) e in America (come il Messico) hanno cercato di infrangere i grandi domini latifondistici.

Evidente, dunque, e di notevolissima estensione territoriale, il movimento verso la diminuzione, e non verso l'aumento delle aziende di grandi dimensioni. Ma poco dopo, nell'Unione Sovietica e nei vicini paesi di osservanza comunista, ecco profilarsi un moto inverso, in relazione ai progetti di collettivizzazione della terra. Nell'Unione Sovietica si decide di organizzare delle grandi aziende di Stato, con superfici medie da 90.000 a 116.000 ha., e cioè di dimensioni gigantesche, probabilmente non mai raggiunte altrove, fino ad oggi. Nei paesi socialisti dell'Europa centrale ed orientale la collettivizzazione fu meno spinta, ma anche là portò alla costituzione di grandi aziende rurali di Stato. D'altronde, quasi tutte le precedenti riforme avevano finito per lasciar sussistere proprietà terriere di cospicue dimensioni.

Fin qui l'avvio ad un processo di aumento dimensionale delle unità produttive appare legato ad una rivoluzione ideologico-politica. Ma questa non avrebbe potuto agire sull'assetto delle campagne se non avesse avuto il terreno preparato da un'altra rivoluzione: quella della tecnica e della conseguente meccanizzazione del lavoro agrario. Sarebbe superfluo ricordare al riguardo come il passaggio dai vecchi sistemi di coltura all'impiego dei moderni mezzi motorizzati e meccanizzati di produzione importi delle spese che le piccole aziende non sono generalmente in grado di sostenere. Si è calcolato che gli investimenti relativi ad una fattoria di un centinaio di ettari sono dello stesso ordine di grandezza di quelli occorrenti ad una piccola impresa industriale. Ne risulta

(5) M. AUGÉ-LARIBÉ, *La révolution agricole*, Parigi, Albin Michel, 1955; cfr. pp. 245 e segg.

una differenza non solo di tecniche, ma anche di rendimenti e di produttività del lavoro, per cui alla piccola azienda rurale non resta che soccombere. Così la concentrazione della terra, *conditio sine qua non* per l'uso redditizio delle moderne forme del lavoro, va ulteriormente crescendo e fa luogo ad una vera e propria concentrazione economica, perché dai capitali ai prodotti tutte le componenti dell'organismo aziendale sono dal suo accrescimento dimensionale portate a parteciparvi con quote crescenti.

Un altro fenomeno, demografico-sociale questo, concorre nei paesi industriali, o in via di industrializzazione, a favorire la formazione di aziende rurali aventi notevoli dimensioni: è l'abbandono delle campagne da parte dei loro coltivatori, che preferiscono trasferirsi nei centri urbani, per lavorare nelle fabbriche. Alla diminuzione del lavoro manuale non si può sopperire che ricorrendo ai motori e alle macchine. La necessità di fondi più grandi, proporzionati alla massa di lavoro che i mezzi meccanici debbono compiere per essere convenientemente utilizzati, ne esce rafforzata.

Lo scopo di ottenere economie di scala rimediando all'eccessiva piccolezza (polverizzazione) delle aziende agricole è perseguito tanto in campo nazionale quanto nell'ambito di organizzazioni internazionali. E ciò sulla base di una serie di appositi provvedimenti legislativi. Quanto all'Italia, tanto nella pianura piemontese e lombarda come nella bassa Emilia, nell'Italia centrale o in territori di intenso sviluppo agricolo dell'Italia meridionale, si notano incipienti formazioni di medie aziende intensive a carattere capitalistico. E, mentre si giudica non conveniente l'appoderamento e l'intensivazione della parte meno promettente dei latifondi, si vorrebbe favorire un ingrossamento delle proprietà contadine che stanno attorno ai villaggi, e ai centri abitati in genere, dell'Italia meridionale (6). La trasformazione di aziende preesistenti e la formazione di nuove nel corso del periodo 1955-1965 mostrano chiaramente di essere avvenute sulla base di una loro crescente ampiezza media. Questa, per le proprietà rinnovatesi o createsi *ex novo*, nel 1955 fu di ha. 1,60,

(6) V. « Atti della Conf. del mondo rurale e dell'agricolt. », XIV, vol. 5, Roma, 1961; cfr. p. 54.

nel 1965 fu di ha. 2,45, col massimo incremento dimensionale nell'Italia insulare. Si ritiene poi che, col passare del tempo, la tendenza verso maggiori dimensioni si consolidi. Comunque, le risultanze di questi ultimi anni sono al riguardo già abbastanza probanti. Tra l'altro, la Cassa per la formazione della proprietà contadina è autorizzata a finanziare gli enti di sviluppo per l'acquisto di piccole aziende agrarie da accorparsi in modo da costituire aziende di maggiori dimensioni. E' noto, poi, che in alcuni paesi europei, come la Francia e la Germania Occidentale, l'azione di riassetto delle proprietà fondiari mediante l'accorpamento e l'ingrossamento delle aziende polverizzate e frammentate ha già conseguito successi degni di rilievo (7). Ed è ugualmente noto che il Piano Mansholt fonda la quasi totalità delle misure suggerite al fine di accrescere la redditività delle aziende agricole sul presupposto che si provveda ad adeguare le dimensioni delle aziende stesse al potenziale di mano d'opera e alle esigenze di redditività del capitale investito: intento raggiungibile soltanto col creare unità di produzione aventi dimensioni nettamente superiori a quelle della maggior parte delle aziende attualmente esistenti nella Comunità (8).

E qui, sulle esigenze di una maggiore produttività ottenuta mediante trasformazioni fondiari interne, s'innestano, come incentivi ad aumenti di ampiezza delle unità produttive, l'accrescersi dei consumi e l'allargamento dei mercati. L'agricoltura ha superato l'orizzonte della famiglia, dei gruppi locali, del villaggio, delle relazioni con la città e la nazione, per raggiungere i confini del mondo. Lo sviluppo dell'agricoltura italiana appare sempre più caratterizzato dal collegamento di essa con i mercati internazionali. I più larghi ed intensi scambi, consentendo di trarre il massimo vantaggio da aree particolarmente adatte a determinati

(7) A. VALLEGA, *La ricomposizione fondiaria in Europa. Riflessi geografici*, Genova, 1966, pp. 65 (Pubbli. dell'Ist. di Geogr. dell'Ist. Univ. di Magistero di Genova, n. 2).

(8) C.E.E., *Memorandum dell'agricoltura nella C.E.E.*, Bruxelles, 1968, COM (68) 100, parte A; cfr. pp. 17, 32, 46, 47. Il *Memorandum* parte dalla constatazione di fatto che le tecniche moderne consentono ad un uomo di coltivare 30-40 ha. di terre arabili e di allevare almeno 40 vacche lattifere. Ciò posto, si può assumere con certezza che l'80% delle aziende della C.E.E. ha dimensioni troppo limitate per occupare razionalmente anche una sola persona (si veda, in particolare, alla p. 17).

prodotti, danno luogo ad una specializzazione merceologica e geografica che solo nel caso di produzioni molto intensive e richiedenti molto lavoro manuale s'acconcia a fondi di piccola dimensione. Per il resto, e specialmente per le produzioni di massa, alla specializzazione fanno bordone, perché più convenienti, dimensioni considerevoli, talora grandissime, delle aziende. E' in questa direzione appunto che muovono le proposte contenute nel già ricordato Piano Mansholt. Anche la distanza dal mercato come luogo fisico degli incontri e degli scambi è suscettibile di favorire la concentrazione in campo agricolo, quando, per es., dalla vicinanza dei luoghi di produzione a quelli di vendita e di consumo derivi, come spesso avviene, una specializzazione della produzione stessa, a spese delle vecchie aziende policolturali. Queste resistono, invece, più facilmente nelle aree isolate, dove la commercializzazione dei prodotti incontra maggiori ostacoli.

Una interessante manifestazione della tendenza verso complessi fondiari più ampi e meglio attrezzati tecnicamente è implicita nella lenta, ma crescente diffusione dei movimenti associativi e cooperativi. Portano direttamente alla formazione di grosse aziende i sistemi adottati in alcune parti della Germania Orientale (ad es., nella valle della Saale), dove le terre dei conferenti, assorbite da un organismo cooperativo con unica amministrazione, vengono praticamente a costituire un unico grande fondo (9), sul quale l'impiego delle macchine si opera più facilmente. Nate per sopperire a determinate carenze delle proprietà e delle aziende troppo piccole, le cooperative di trasformazione e di vendita non tardano, spesso, a metterne in evidenza gli inconvenienti, anche per quel che concerne la produzione, e quindi creano un ambiente incline al loro ingrossamento. La commercializzazione dei prodotti costa evidentemente di meno se applicata ad imprese o ad aziende di certe dimensioni.

Ammesso che le accennate circostanze siano alle origini di una tendenza generale alla concentrazione delle unità produttive in campo agricolo, non è naturalmente da credersi che tale tendenza si faccia strada ovunque e con pari intensità. Essa si af-

(9) F. GRIBAUDI, *Le giornate geografe di Halle*, in « Boll. Soc. Geogr. Ital. », Roma, 1965, pp. 237-258.

ferma nettamente e con la massima energia in determinati ambienti: in altri incontra ostacoli e limitazioni di varia natura, ove pure riesca a farsi sentire. Rimanendo in campo strettamente geografico, vien subito da osservare come la concentrazione fondiaria sia condizionata, soprattutto, dallo spazio e dalla morfologia del suolo. Effettivamente essa ha raggiunto le sue più vistose manifestazioni, con le « fabbriche di cereali », nelle immense distese pianeggianti degli scudi arcaico-paleozoici nord-americani e russo-siberiani e in quelle lievemente ondulate dei rilievi erciniani medio-europei: luoghi ideali per l'uso di macchine trattatrici della massima potenza e per la specializzazione di piante erbacee o a tubero di tratto relativamente facile.

In aree collinose e montuose, dove la varietà delle colture appare come un naturale riflesso della varietà morfologico-pedologica dell'ambiente, e dove la meccanizzazione agraria non è certo agevolata dalle ripide movenze del terreno, la concentrazione non può spingersi molto lontano. Ugual cosa si può dire di zone, come quelle mediterranee, in cui la diffusa presenza di colture legnose o di produzioni ortofrutticole mal si concilia con le vaste dimensioni aziendali. E, tuttavia, anche in territori d'aspra montagna o di collina a tipica policoltura nuove proprietà più ampie delle preesistenti si stanno formando. Ma allora sono ostacoli umani quelli che vengon meno, nel senso che l'abbandono delle colture più attive, semplificando la struttura dell'azienda contadina, può permetterne l'ingrossamento, e anzi lo favorisce. Nelle montagne in cui gli appezzamenti a cereali ed a patate vengono trasformati in area pascolativa, le aziende puramente zootecniche che derivano da questa trasformazione necessitano facilmente di maggior spazio per essere redditizie. In collina, l'abbandono, ormai così frequente, della vite, può essere economicamente compensato da una maggior estensione del prato e dei seminativi, e da un concomitante incremento della meccanizzazione.

In ordine alle conseguenze della concentrazione fondiaria sugli aspetti geografici della campagna, ho già fatto qualche accenno poco sopra, a proposito di cause che possono diventare effetti. Ma, generalizzando molto, si può dire che alla concentrazione

tiene dietro, soprattutto, una uniformizzazione dell'ordinamento colturale fondato su pochi o anche soltanto su uno o due prodotti. Questa uniformizzazione, legata per lo più, come si è visto, a esigenze tecniche o di mercato, impoverisce il paesaggio agrario, sbarazzandolo di piante arboree, per es., di cui è cessata l'utilizzazione principale, o che costituiscono un impedimento all'aratura meccanica. Così è avvenuto per il gelso in molta parte della Pianura Padana occidentale. Altri elementi del paesaggio agrario che non di rado scompaiono con la ricomposizione fondiaria sono quelli relativi alla sistemazione del suolo (fosse, cavini, arginelli, baulature, ciglioni, ecc.) e ai limiti di proprietà (steccati, muretti, filari d'alberi, siepi, ecc.). Nelle campagne della Germania Orientale, dove si affermano le cooperative agricole, la vecchia policroma quadrettatura degli appezzamenti e delle particelle scompare abbastanza rapidamente, per lasciare il posto a vastissime superfici unite, dove imperano la patata, la barbabietola da zucchero, il prato. Si è letto recentemente sui giornali che un agricoltore piacentino è riuscito ad ottenere un appezzamento unico della lunghezza di 2 chilometri!

2. LA CONCENTRAZIONE INDUSTRIALE

Più visibile, più appariscente, se non più consistente, di quella fondiaria, la concentrazione industriale va considerata come la faccia della concentrazione economica maggiormente studiata, anche se mal conosciuta nelle sue concrete proporzioni. Essa costituisce pure l'aspetto più significativo della moderna espansione industriale. E' stato scritto addirittura che « the growth of great enterprise represents one of the most radical alterations in history » (10).

Alla base degli sforzi che generalmente si fanno per aumentare le dimensioni degli stabilimenti e delle ditte, come per raggruppare ditte ed imprese in maggiori organismi, sta evidentemente l'intento principe della riduzione dei costi (11). Questa ri-

(10) H. MAURER, *Great Enterprise*, New York, Macmillan, 1956; cfr. p. 107.

(11) « La concentrazione industriale non dipende però sempre da motivi eco-

duzione si può ottenere con economie interne, con economie esterne, o con il loro convergere e sommarsi. Partendo dalla piccolezza e dalla dispersione delle botteghe artigiane di due secoli fa, e guardando agli enormi stabilimenti attuali di molte industrie, è naturale che si ponga d'ordinario l'accento sul fattore tecnologico come motore primo della concentrazione. Si deve effettivamente al crescente concorso della macchina una serie di economie interne, per cui, parallelamente all'aumento della produzione, si è verificata una più o meno sensibile diminuzione dei costi, ottenuta, appunto, in grazie delle maggiori dimensioni aziendali.

Di queste economie hanno particolarmente beneficiato, data la loro natura, le unità tecniche, e cioè gli stabilimenti, le singole fabbriche, gli impianti industriali come sedi fisiche dell'attività produttiva. All'ingrandimento delle unità economiche, e cioè delle imprese e dei gruppi di imprese, presiede piuttosto il maggior investimento di capitali, e cioè il fattore finanziario. Va da sé che, in linea di massima, alla concentrazione delle imprese corrisponde un ingrandirsi degli stabilimenti. Le une e gli altri, poi, possono essere spinti a maggiori dimensioni dalla ricerca di economie esterne, tra le quali assumono speciale importanza le economie di scala, dovute appunto sia all'espandersi della produzione in sé, sia all'estendersi dell'ambiente in cui essa si ottiene ed a cui è destinata.

Dal punto di vista geografico, l'interesse si appunta, e ne ho già indicato le ragioni, più sulle unità tecniche della produzione industriale che non su quelle economiche. Per analoghe ragioni, più che le economie interne interessano al geografo, come predisposizione e stimolo alla concentrazione, le economie esterne. Tra queste, non poche si conseguono attraverso un'accorta utilizzazione dello spazio; dello spazio geografico-economico, voglio dire, quello che l'uomo crea sulla superficie terrestre

nomici; intervengono talvolta fattori extraeconomici. Motivi di indole psicologica, familiare, ambizioni personali, desiderio di ampliare sempre più la sfera d'azione della propria industria, desiderio di creare una specie di dinastia industriale furono e sono elementi di primaria importanza atti a determinare processi di concentrazione industriale» (L. JONA, *Forme di concentrazione industriale*, Torino, G.U.F., Maramotti, 1935; cfr. p. 3).

mediante l'appropriazione e la messa in uso delle sue risorse. In linea generale, di fatto, i piccoli spazi mal si prestano ad alti gradi di concentrazione industriale e ad elevate economie di massa. Grazie ad una recente indagine abbiamo la possibilità di paragonare sotto questo profilo spazi a livello nazionale (12).

Chiamata piccola nazione uno Stato indipendente con una popolazione di 10 milioni di abitanti o meno, e notato il fatto che la maggior parte degli Stati con poca popolazione hanno pure modesta superficie, S. Kutznets osserva che vi sono certe industrie, o gruppi d'industrie, che si trovano d'ordinario nei paesi più grandi, e non in quelli più piccoli. I paesi più grandi, normalmente, posseggono un'industria automobilistica, un'industria aeronautica, fabbriche di locomotori e di macchinario pesante, meccanico ed elettrico. I paesi più piccoli raramente posseggono qualcuna di queste industrie. Per effetto del minimo dimensionale che queste industrie richiedono, la loro inclusione nel sistema produttivo domestico di piccoli Stati sarebbe estremamente antieconomica. Generalizzando, sempre a detta del Kutznets, vi sono dei fattori economici restrittivi che rendono impossibile per un piccolo paese anche un solo impianto di certe industrie che riescono bene in paesi più grandi allo stesso livello economico. Ciò si applica particolarmente alle industrie tecnologicamente più avanzate, che richiedono una produzione di larga scala, i cui costi sarebbero altrimenti proibitivamente alti, a causa dell'energia meccanica e delle complesse tecniche di fabbricazione necessarie a rendere accettabili i prodotti finali. E' indubbio che negli Stati Uniti molte fabbriche e molte imprese raggiungono dimensioni gigantesche, ben in armonia con le enormi possibilità di produzione e di consumo del vastissimo paese (13).

Ciò è dovuto soprattutto al fatto che correlativamente alla superficie ed alla popolazione aumenta l'ampiezza del mercato, diventando anch'essa un fattore di concentrazione eminente-

(12) S. KUTZNETS, *Economic growth of small nations*, nel vol. *Economic consequences of the size of nations*, ed. by E. A. G. ROBINSON, Londra, Macmillan, 1960; cfr. p. 17.

(13) E. A. G. ROBINSON, *La dimensión ótima de la empresa*, Buenos Aires, Librería «El Ateneo», 1957; cfr. p. 70.

mente spaziale. Di fatto, per quanto numerose possano essere le eccezioni, è difficile negare che esista una regola in base alla quale le dimensioni delle aziende e delle imprese e la loro concentrazione crescono con l'ampliarsi del mercato cui devono provvedere. Grazie ai formidabili, rapidi progressi dei mezzi di trasporto e di comunicazione, produzione e scambi hanno visto corrispondentemente ampliarsi il loro raggio d'azione fino agli estremi confini del globo terracqueo. Nuove tecniche, nuove risorse, imponenti masse di lavoratori e di consumatori, ingentissime disponibilità finanziarie sono entrate in circolo, e, congiuntamente all'espansione demografica e all'aumento dei redditi individuali, in molti paesi hanno potentemente cooperato a determinare l'accrescersi della scala dimensionale delle unità produttive nell'industria e a favorirne la concentrazione.

Venendo all'Europa, è certo che, dopo la seconda guerra mondiale, i suoi paesi maggiormente industrializzati hanno veduto affermarsi molto nettamente la tendenza verso il raggruppamento e la collaborazione di imprese prima indipendenti. Secondo una statistica del Ministero dell'Industria della Germania federale, fra il 1952 e il 1960 la parte delle 50 imprese più importanti nella cifra globale d'affari dell'industria tedesca è passata dal 17,7% al 22,8%. Dal 1951 al 1963 il numero delle società industriali italiane aventi un capitale compreso fra 25 e 100 miliardi di lire è passato da cinque a ventinove. Questi ingrandimenti sono avvenuti specialmente sotto forma di fusioni, di cui la più clamorosa è stata quella fra la Montecatini e la Edison (Montedison). Non è da credere che questo processo di aumento dimensionale e di integrazione sia semplicemente una logica conseguenza del sistema capitalista. Altri fattori certamente sono intervenuti nel favorirla, ma l'incentivo maggiore è forse venuto dalla formazione di un mercato sopranazionale.

In effetti, un grandioso fenomeno di concentrazione industriale conseguente al formarsi di un'economia di vasto spazio si svolge sotto i nostri occhi nell'area costituita dai sei paesi del Mercato Comune Europeo. Già nel 1929 il conte Sforza poteva parlare di un'« Europa delle intese industriali ». Oggi, la nozione di un mercato europeo come quadro unitario dell'attività econo-

mica è entrata nel programma di espansione di ogni impresa che abbia capacità e ambizioni sufficienti per guardare al di là delle frontiere nazionali. Sulla base di un'inchiesta campionaria della C.E.E., mediante segnalazioni fornite dalla stampa specializzata, dal 1962 al 1968, nei paesi della C.E.E. sono state registrate 3078 operazioni di concentrazione e di interpenetrazione industriale. Le maggiori di esse sono a conoscenza di tutti (14).

Per quanto si faccia, è impossibile ipotizzare tutte le variazioni quantitative e qualitative di mercato capaci di influire sulla grandezza degli stabilimenti, delle aziende, delle imprese. Poche essendo le indagini su situazioni reali, con dati di fatto accertabili ed accertati sul rapporto ora accennato (15), agli economisti non resta che procedere ad elaborazioni teoriche. Si insiste sull'incremento della domanda conseguente ad un allargamento dell'area di mercato per giustificare maggiore ampiezza e fusione di imprese. Si discute sulle economie derivanti dall'imporsi su grandi mercati come incentivo alla concentrazione, più degli stabilimenti che delle imprese (16). Si accenna alla frammentazione geografica del mercato come ostacolo sulla via della concentrazione (17). Si attribuisce il frazionamento territoriale del mercato alla distanza e ad altri ostacoli fisici (18). Si cercano i rapporti fra la diversificazione dei mercati, la standardizzazione dei consumatori e le dimensioni delle attività produttive, notandosi come sovente un piccolo paese, e quindi un piccolo mercato, siano più differenziati di uno grande. Si indaga sulla convenienza per un'impresa, per un gruppo d'impresa, o per un'intera industria, di rispondere all'ampliamento del mercato con un correlativo ampliamento delle unità tecniche e con una loro moltiplicazione, e, più in generale, si ricercano i criteri più consoni

(14) J. MEYNAUD e D. SIDJANSKI, *L'Europe des affaires*, Parigi, Payot, 1967; cfr. pp. 2-74.

(15) Una grande inchiesta è quella della FEDERAL TRADE COMMISSION, *Industrial Concentration and Product Diversification on the thousand Largest Manufacturing Companies*, Washington, U. S. Government Printing Office, 1950. Per l'Inghilterra hanno fatto un ottimo lavoro R. EVELY e I. D. M. LITTLE (*op. cit.*).

(16) P. S. FLORENCE, *Investment, location and size of plants*, Cambridge, University Press, 1949; cfr. p. 28.

(17) R. EVELY e I. D. M. LITTLE, *op. cit.*; cfr. p. 45.

(18) P. BATTARA, *op. cit.*; cfr. p. 120.

al dimensionamento delle imprese in relazione alle variazioni del mercato.

Al riguardo, P. Saraceno rileva delle circostanze che hanno dirette ripercussioni sulla configurazione geografica delle sedi industriali, e cioè quelle per cui, nella prospettiva di un ampliamento del mercato, si danno dimensioni più estese agli immobilizzi più lunghi (terreni, impianti per servizi generali, ecc.) che non agli immobilizzi più brevi (costruzioni, fabbricati vari, magazzini, ecc.), donde una sproporzione — mi si passi l'espressione — tra pieni e vuoti. D'altro canto, la dimensione della unità tecnica che permette di realizzare i massimi rendimenti consentiti dalla tecnologia può essere inferiore alla dimensione che conviene raggiungere in base alla situazione di mercato. Può sorgere in questo caso la convenienza di frazionare in più sedi la complessiva capacità di produzione che ci si propone di raggiungere (19).

Più limitate forse, spazialmente, ma certamente più immediate di quelle dei mercati di sbocco, sono le condizioni che creano nei confronti delle dimensioni aziendali le caratteristiche dei mercati di acquisto. E qui ancora gioca lo spazio perché, fa presente il Kutznets, la disponibilità di minerali e di altre risorse naturali, utilizzabili a un determinato livello tecnologico, è in gran parte funzione dello spazio. Generalmente un territorio molto vasto presenta anche, rispetto ad uno piccolo, un'assai maggiore varietà di minerali, di clima, di rilievo, di acque, di terre, e via dicendo. E molto maggiore è anche la possibilità che tali risorse, come quelle umane, si offrano in maggior copia tanto da spingere ad alto livello le economie di scala.

Raffigurandosi l'impianto industriale come il luogo cui confluiscono da un raggio più o meno vasto le materie prime o i semilavorati, o le parti staccate, il lavoro delle maestranze, l'energia motrice, è logico individuare nella quantità e nella qualità di tali fattori produttivi, come nella distanza da cui provengono, e in quella che il Botero chiamava « la comodità della condotta », altrettanti stimoli, o altrettanti limiti, all'ampliamento e al-

(19) P. SARACENO, *L'azienda industriale*, Milano, Vita e Pensiero, 1950; cfr. pp. 122-123.

la concentrazione delle ditte. Se una ditta trova il modo di servirsi delle sue risorse più vantaggiosamente di quel che facesse prima, ha in ciò stesso un incentivo ad espandersi: alternativamente, sino a che le risorse disponibili non siano completamente utilizzate nel processo produttivo, la ditta è spinta ad un loro più integrale impiego.

Vi sono delle materie prime la cui lavorazione può essere concentrata in grandi stabilimenti e altre no. In linea di massima, per es., le industrie estrattive presentano un grado di concentrazione superiore a quello delle industrie che lavorano prodotti dell'agricoltura. Ciò appare ben evidente in Italia, dove ad uno scarso numero di giacimenti minerari s'accompagna una loro bassa redditività, per cui l'attività estrattiva può essere praticata remunerativamente solo da grandi imprese (20). Le manifatture, invece, che lavorano prodotti agricoli e quindi deperibili seguono la loro produzione sparsa e quindi non si prestano ad una forte concentrazione (21).

Sono poi applicabili alle dimensioni e alla concentrazione delle aziende le ben note relazioni tra risorse, distanza del luogo di produzione, prodotti e area di smercio, in funzione soprattutto del costo del trasporto. Entra in causa la quantità delle materie prime quando la loro disponibilità sia localmente limitata e una ditta in espansione debba procurarsene altrove. Conviene trasportare le materie prime di nuova provenienza alla fabbrica preesistente e quindi ingrandirla, beneficiando di determinate economie di scala, oppure frazionare la produzione in più stabilimenti di minori dimensioni, territorialmente disseminandoli? Esistono talvolta delle condizioni locali di spazio, di morfologia del suolo, di costo dei terreni, di scarsenza di mano d'opera che impediscono materialmente l'ingrandimento degli impianti. Ma, anche ammesso che questi ostacoli si possano vincere, o che non esistano addirittura, la dispersione delle fonti di approvvigionamento delle risorse e, di conseguenza, le maggiori distanze e i trasporti

(20) M. BONI e G. M. GROS PIETRO, *La concentrazione industriale in Italia*, Milano, F. Angeli, 1967; cfr. p. 56.

(21) A. D. H. KAPLAN, *Big Enterprise in a competitive System*, Washington, The Booding Institution, 1954; cfr. pp. 88-89.

più costosi rappresentano un ostacolo alle maggiori dimensioni aziendali. Bisogna poi tener in largo conto il diverso costo dei trasporti a seconda che tali risorse siano ingombranti e pesoperdenti. Quando esse abbiano peso e volume considerevoli, siano largamente diffuse e destinate ad un mercato molto vasto, il costo del loro trasporto è normalmente di impedimento alle economie di scala. Diversamente stanno le cose a proposito di materie prime ben localizzate all'origine, a seconda che il loro prodotto alimenti mercati estesi o ristretti (22).

A correggere, e talvolta a modificare profondamente queste situazioni, interviene, se ben scelta, la localizzazione degli stabilimenti. E qui entriamo in un campo più propriamente geografico, largamente coltivato e troppo noto perché occorra farvi più che un semplice richiamo. « La concentrazione tecnica ed organica porta seco naturalmente una concentrazione locale »: così un illustre storico dell'economia (23). Ma bisogna intendersi, e distinguere la localizzazione geografica, e cioè il processo attraverso il quale un'unità produttiva si insedia in un determinato « luogo », dal senso ora dato al termine di concentrazione locale, che è propriamente « accentramento di stabilimenti », « densità di fabbriche », anche indipendentemente dalle caratteristiche ambientali. In questo senso è spesso usato nella letteratura economico-industriale anglosassone il termine di *localization* (24).

A dire il vero, quella dell'influenza che può avere la concentrazione industriale nelle sue varie forme sulla distribuzione e sulla localizzazione geografica delle fabbriche e delle unità produttive in genere è materia di nuova meditazione, cui potrebbero giovare ricerche più agevoli, esse pure da farsi, circa l'organizzazione territoriale di grossi complessi finanziari ed industriali. Si afferma, per es., che « the smaller industries are the more

(22) Per questi ed altri casi di influenza dell'economia dei trasporti e della produzione su vasta scala sulle dimensioni degli stabilimenti giova consultare R. S. EDWARDS e H. TOWNSEND, *Business Enterprise. Its Growth and Organization*, Londra, Macmillan, 1958; cfr. pp. 172-174.

(23) C. BARBAGALLO, *Capitale e lavoro. Disegno storico*, Milano, Dalle Nogare e Armetti, 1925; cfr. pp. 122-123.

(24) Valga l'esempio seguente: « In certain respects a localization of many medium-sized or possibly even small plants offers the same economies as a single or a few large plants employing the same numbers total of workers. Juxtaposition

concentrated » e che, contrariamente a quanto ci si aspetterebbe, le megalopoli americane e inglesi abbondano non di grandi, ma di piccoli impianti industriali (25). Si dice che aziende di piccole e di medie dimensioni non possono allontanarsi da centri industriali, o almeno da centri abitati, senza grossi oneri (26). Ma non si va molto più in là. Ugualmente poco si sa sulla ripartizione territoriale dei mercati di vendita fra le imprese facenti parte di un consorzio o cartello rivolto, appunto, a regolare la concorrenza sul mercato, lasciando ad ogni impresa, o gruppo, la supremazia in una data zona. Meriterebbe, come si dirà anche più avanti, conoscere i motivi che, con maggiore frequenza, inducono ad adottare questa o quella superficie per zona, e soprattutto constatare in che misura la divisione territoriale scelta si accorda con qualche aspetto dell'ambiente geografico o può servire alla definizione di una regione economica.

Tenendo presente che la concentrazione verticale tende a riunire aziende e stabilimenti che assicurino autonomia di approvvigionamento e continuità di lavorazione partendo dalla disponibilità delle materie prime per arrivare al prodotto finito, mentre la concentrazione orizzontale si riferisce normalmente a più imprese dello stesso ramo o di rami diversi operanti in concorrenza su un mercato di fattori produttivi o di prodotti, sembrerebbe facile dedurre che la concentrazione verticale si effettui su di uno spazio assai più ristretto di quello interessato dalla concentrazione orizzontale, cui anzi può essere più conveniente la dispersione delle unità tecniche ed economiche. Ma al riguardo, solo una « geografia dei grandi complessi industriali » potrebbe fornire indicazioni sicure.

Per riflesso della comune opinione, secondo la quale il progresso tecnologico libera sempre più le attività economiche del-

allows lower transport costs and easier communication... », dove evidentemente si parla di accentramento per vicinanza degli impianti. (P. S. FLORENCE, *Investment, location and size*, ecc. cit.; cfr. p. 52).

(25) Sarebbe interessante soffermarsi anche sulla reciproca, chiedendosi quale influenza possa avere la distribuzione territoriale di determinati impianti sul loro eventuale o improbabile inglobamento entro le maglie di un *Konzern* o di una *holding*.

(26) P. S. FLORENCE, *Economics and Sociology of Industry*, Londra, Watts, 1964; cfr. pp. 84 e 68.

l'uomo dalle pastoie e dai vincoli con l'ambiente fisico, si potrebbe pensare (e v'ha chi lo pensa di fatto) (27) che, mentre le piccole aziende dipendono strettamente da una o più condizioni locali o agenti entro un raggio limitato, le sempre più imponenti capacità tecniche e finanziarie delle grandi imprese e delle varie forme di concentrazione implicino una crescente indipendenza della loro organizzazione territoriale dalle condizioni ambientali d'ordine geografico. Indubbiamente, e per fare solo il caso della scelta della sede per un nuovo impianto, un *trust* o una *holding* hanno una gamma di possibilità vietata ad imprese di minori dimensioni (28); ma dovranno essi pure, pena un insuccesso parziale, ubicare l'impianto in armonia con determinate esigenze geografiche. Ne verrà che, ampliando via via il raggio della loro azione, tali organismi affonderanno le loro radici in luoghi più numerosi della superficie terrestre, utilizzando energie e risorse prima inerti, ed aumentando, non diminuendo, la pressione che i vari elementi della superficie stessa giungono ad esercitare sul loro destini, direttamente o indirettamente.

Cheché si possa pensare dal punto di vista economico, sociale, morale, politico della natura e dei vantaggi dei cartelli, dei *trusts*, delle intese industriali in genere, è certo che dalla concentrazione di uomini e di mezzi tecnici e finanziari è derivata loro una capacità di utilizzare nuovi spazi e beni della Terra altrimenti irraggiungibili. La concentrazione industriale è stata ed è veramente un efficace strumento di accelerazione della conquista economica della superficie terrestre.

3. LA CONCENTRAZIONE COMMERCIALE

Tra le molte, profonde conseguenze che la rivoluzione industriale ha portato seco vi è quella, importantissima, di nuovi processi nel collocamento dei beni, che hanno dato alla funzione di-

(27) P. SARACENO, *op. cit.*; cfr. p. 134.

(28) P. SARACENO, *op. cit.*; cfr. p. 134 « ... stabilimenti di più vaste dimensioni possono avere la convenienza ad organizzare autonomamente un complesso di servizi atti a diminuire il grado di dipendenza degli stabilimenti da luoghi o da zone determinate ».

tributiva quale oggi si profila, e quindi ai problemi connessi, un peso diverso, e ben maggiore, di quello di un tempo. Fino agli albori della rivoluzione industriale, di fatto, il produttore artigiano era spesso anche distributore (oltre che consumatore) dei propri prodotti entro un'area geografica piuttosto ristretta. Fin tanto che, cioè, la produzione avveniva su scala ridotta, poteva sussistere, e sussisteva di fatto, un contatto diretto fra produttore e consumatore. Non si aveva, di conseguenza, una funzione commerciale separata e indipendente da quella industriale.

Ma l'introduzione della macchina e il conseguente sviluppo qualitativo, e soprattutto quantitativo, della produzione, mentre conducevano alla produzione di massa e alla concentrazione industriale, richiesero necessariamente una distribuzione adeguata, con la creazione di un imponente apparato di aziende e di imprese appositamente preposte agli acquisti e alle vendite (29). Allo sviluppo di questo apparato distributivo si accompagnò, insieme ad un notevolissimo allargamento del mercato, l'estendersi delle infrastrutture commerciali sino ai più remoti paesi della Terra. Sotto questo riguardo si può veramente dire che l'attività commerciale ha dimensioni maggiori di quelle delle attività agricole e industriali.

Appare, ad ogni modo, naturale che la concentrazione della produzione e l'ampliamento del mercato per effetto dell'aumento degli spazi, della popolazione, dei redditi abbiano determinato, anche in campo commerciale, forme di concentrazione con tendenza all'ingrandimento delle dimensioni medie delle imprese. Il movimento non sembra arrestarsi, e può essere sinteticamente definito negli stessi termini usati da F. Bouquerel parlando della dinamica e delle prospettive del commercio francese. « Il commercio indipendente si organizza. Il commercio organizzato si associa. Il commercio associato concentra le sue attività. Il commercio concentrato evolve verso una superconcentrazione » (30).

Tra le ragioni che spingono, anche nel settore dell'attività

(29) O. RONDINI, *Elementi di strategia della distribuzione*, Milano, Giuffrè, 1963; cfr. pp. 5-6.

(30) F. BOUQUEREL, *L'étude des marchés au service des entreprises*, Parigi, Presses Universitaires de France, 1964, t. II; cfr. p. 556.

commerciale, alla concentrazione delle aziende e delle imprese, quella di porre un freno all'aumento dei costi di distribuzione, facilmente constatabile nelle economie in espansione, è senza dubbio la più importante. A spiegazione di tale aumento si invocano parecchie cause, tra le quali, specialmente, la scarsa o nulla accessibilità del settore terziario ai progressi tecnici che hanno, invece, rivoluzionato l'industria, e il meno rapido incremento della produttività (per unità di lavoro e di capitale) nel settore distributivo che non negli altri campi di attività economica.

Ora, è indubbio che all'aumento dei costi di distribuzione ha contribuito, e non poco, la crescente distanza venuta ad interpersi, nella fornitura e nella vendita di molte merci, fra il luogo di produzione e quello di lavorazione e di consumo. Dire « distanza » significa in questo caso fare entrare in gioco la rapidità e il prezzo dei trasporti, il valore specifico del prodotto da trasportare, la comodità dei mezzi di comunicazione postale, telegrafica e telefonica, l'importanza e la ripartizione degli sportelli bancari e, nel traversare le frontiere degli Stati, le misure da essi prese per facilitare o per ostacolare la circolazione delle merci. Praticamente, sui costi di distribuzione è venuta ad incidere sempre di più la posizione geografica degli impianti industriali, delle linee e delle stazioni ferroviarie, dei porti rispetto ai luoghi di raccolta delle merci per un'ulteriore trasformazione o per la vendita al consumatore finale. Se questi si sommano poi a tutti gli altri costi di impianto e di esercizio, agli oneri fiscali, alle quote di assicurazione, ecc., si comprenderà come la concentrazione commerciale, pur operandosi ad un livello finanziario di norma inferiore a quello minimo indispensabile a molti settori industriali altamente concentrati, richiede tuttavia, sempre, investimenti considerevoli. Non per nulla, i grandi complessi aziendali a carattere commerciale presentano spesso la veste organizzativa del gruppo finanziario (31).

Si è largamente osservato, di fatto, che anche l'ingrandimento delle aziende commerciali porta a delle economie di scala

(31) S. VACCA', *I rapporti industria-distribuzione nei mercati dei beni di consumo*, nel. vol. *I costi di distribuzione*, Milano, Vita e Pensiero, 1963; cfr. p. 70.

interne ed esterne, grazie alle quali è possibile effettuare una riduzione dei costi di distribuzione. Le grandi dimensioni e i fenomeni di concentrazione vera e propria si originano in situazioni ed in ambienti alquanto diversi. Per cominciare con il campo del mercato d'acquisto, basterà soffermarsi sul commercio di generi alimentari, destinati all'approvvigionamento delle fabbriche e delle unità di vendita, e ai gruppi di acquisto da parte dei dettaglianti. In generale, la raccolta al mercato e la distribuzione dei prodotti agricoli è complicata da parecchi fattori. Tra di essi alcuni presentano interesse geografico diretto e sono: 1, la piccolezza e la grande dispersione delle fonti produttive; 2, le variazioni stagionali nel flusso dei prodotti; 3, la necessità dell'ammassamento di grandi quantità del prodotto al fine di economizzare sulla sua conservazione, sul suo condizionamento, sulla sua spedizione.

Tenendo presenti queste condizioni si comprende perché, per la fornitura di un vasto mercato di generi alimentari, la catena degli intermediari faccia capo generalmente ad un piccolo numero di operatori di grandissime dimensioni (grossisti, nazionali, ecc.) come soli capaci di finanziare e di esercire depositi, magazzini, frigoriferi, case di spedizione occorrenti per il buon stato e per l'inoltro, a tempo opportuno, delle merci richieste dal mercato stesso.

Quanto ai gruppi d'acquisto formati da dettaglianti per la compera in comune degli stessi articoli dallo stesso fornitore, che d'ordinario è il fabbricante, si riproducono esigenze simili a quelle delle grandi aziende commerciali che si servono direttamente dalla produzione industriale. Trattandosi specialmente di prodotti di massa, che permettono di economizzare sui trasporti, la distribuzione geografica delle fonti di approvvigionamento è un elemento di grande importanza. Di fatto, la concentrazione mira a ridurre il numero di tali fonti, ricercando quelle di maggiori dimensioni, con risparmio di tempo e di percorso sulla ricezione dei prodotti stessi. Un fattore che può avere sconsigliato l'apertura di un grande magazzino in alcune zone del nostro Paese, soprattutto nell'Italia meridionale, è, in realtà, il costo

del trasporto delle merci dai centri di produzione, generalmente dislocati nell'Italia settentrionale (32).

Ma più che nel campo degli acquisti fatti dal commercio è in quello delle vendite che la concentrazione economica si è affermata con forme di maggior rilievo, anche dal punto di vista geografico. Sotto questo punto di vista il commercio all'ingrosso giunge a manifestazioni vistose quando s'installa in determinati centri urbani e in determinati quartieri d'una città con teorie di magazzini, di *docks*, di raccordi stradali e ferroviari, di mezzi di trasporto, con scali portuali, darsene, banchine, ecc., tanto da suggerire talvolta l'immagine di un « paesaggio commerciale ». Il bisogno di un'ulteriore concentrazione investe oggi anche questo ormai vecchio e consolidato reparto dell'attività commerciale, spingendolo ad intese con i dettaglianti e alla creazione di quelle « unioni volontarie » in cui si vuol vedere una forma di difesa contro l'espandersi del supermercato (33).

Ma la concentrazione economica ha raggiunto, e da tempo oramai, le sue forme più imponenti nella distribuzione delle merci al dettaglio con le organizzazioni di vendita di grandi dimensioni: organizzazioni che possono essere grandi imprese commerciali, associazioni di dettaglianti indipendenti, cooperative di consumo. I tipi di imprese del genere più significative in senso geografico sono i grandi magazzini, i magazzini popolari, o magazzini a prezzo unico, i supermercati alimentari, i centri urbani commerciali (*shopping centers* degli americani). Minore interesse rivestono le cooperative di consumo, le case di vendita per corrispondenza, le *discount houses* e *discount departments stores*, i negozi a catena.

(32) Tale costo non può ripercuotersi direttamente sui prezzi di vendita del singolo magazzino, dato che sia la Rinascente-Upim che la Standa seguono in linea generale la politica del prezzo uniforme per tutte le regioni. Vedi S. DE VIO, *I grandi magazzini ed i magazzini a prezzo unico in Italia*, Milano, Feltrinelli, 1960; cfr. p. 32.

(33) In tema di accordi tra grossisti merita un cenno la Casa del Commercio all'ingrosso di Rotterdam (*Groothandelsgebouw*), terminata nel 1953 ed eretta allo scopo di ospitare 150 grossisti sinistrati. Ha 7 piani, un sottosuolo, e una superficie totale di occupazione di 120.000 mq. Accoglie soltanto grossisti non alimentari e non servizi commerciali di fabbricanti (M. RIVES, *Traité d'économie commerciale*, Parigi, Presses Universitaires de France, 1958, t. III; cfr. p. 636).

I grandi magazzini, nati in Francia nel 1872, hanno subito assunto delle particolarità costruttive ed anche architettoniche, destinate a farne dei centri di richiamo nel cuore stesso delle metropoli. Queste particolarità, non solo estetiche, ma anche funzionali, sono garbatamente descritte da un tecnico dei problemi della distribuzione, che così si esprime: « A Londra e a Parigi i vecchi palazzi costituiti dai primi grandi magazzini in stile per lo più floreale evidenziano ciò [il rivolgersi ad un pubblico medio-superiore] col loro apparato scenografico di lusso, con i loro stucchi, altorilievi, scaloni e vetrate da castelli principeschi, con le loro abbondanti colonne, vere o finte... Esso [il grande magazzino] non andava incontro alla clientela, ma esigeva che fosse la clientela a venir a lui [antesignano dei *supermarkets*, delle *discount houses*, degli *shopping centers*] per il proprio *shopping*, da farsi tutto sotto uno stesso, accogliente tetto, in un'atmosfera che doveva essere come quella di un grande club o di un accogliente palazzo mecenatesco » (34).

Diventati punti caratteristici di riferimento nella geografia urbana delle maggiori città, i grandi magazzini continuano ad esserlo, in grazia anche delle loro ingenti dimensioni fisiche: le maggiori che sia dato trovare nel settore del grande dettaglio, arrivando anche a superare i 30.000 metri quadrati di superficie destinata alle vendite. Tanto basta per comprendere come questi giganti della distribuzione commerciale abbiano dovuto il loro sviluppo al massiccio intervento di capitale finanziario, e quindi rappresentino l'espressione tipica della concentrazione economica nel settore distributivo. Le caratteristiche strutturali e dimensionali degli edifici, insieme alla qualità delle merci in vendita, individuano i limiti geografici ed economici dei grandi magazzini, che possono ubicarsi solo in grandi centri urbani, dove sono in grado di raccogliere una numerosa clientela di alto e medio potere d'acquisto. La relativamente scarsa concentrazione della popolazione italiana in grandi centri urbani (solo quattro città hanno più di 1 milione di abitanti e raccolgono appena il 12% della intera popolazione) e l'ancor limitato sviluppo econo-

(34) G. C. RAVAZZI, *Evoluzione del sistema distributivo commerciale*, in « Riv. Ital. di Amministr., Econ. e Sociol. industr. - L'Industrialista », Torino, 1964; cfr. pp. 250 e 256.

mico del Paese (il reddito medio *pro capite* italiano è il 30% di quello statunitense, il 55% di quello inglese e poco più del 60% di quello francese) rappresentano, scrive G. C. Ravazzi, ostacoli obiettivi allo sviluppo dei grandi magazzini in Italia (35).

Una così rigida corrispondenza tra concentrazione economica e accentramento territoriale o geografico, quale si riscontra, come si è visto, a proposito dei grandi magazzini, non si ritrova più nei magazzini a prezzo unico, o magazzini popolari. Anche qui s'ha a che fare con potenti organismi finanziari e commerciali, come da noi la Rinascente-Upim e la Standa, ma le minori dimensioni e la limitazione delle vendite a generi di consumo più corrente consentono una maggior dispersione dei punti di vendita. Mentre, di fatto, i grandi magazzini in Italia sono poco più di una decina, ubicati quasi esclusivamente nei maggiori centri urbani, i magazzini popolari, sommandi a 365 verso la metà del 1966, appaiono ormai aver acquistato diritto di cittadinanza in tutto il Paese. Le loro caratteristiche strutturali e merceologiche ne permettono un'economica dislocazione anche in centri abitati da 30-40 mila persone. Il 77% dei magazzini popolari italiani si trova nei capoluoghi di provincia.

Sotto il profilo della geografia urbana ha molta importanza il fatto che i magazzini popolari, generalmente presenti nelle zone centrali delle grandi città, abbiano pure punti di vendita nelle aree periferiche. Qui di fatto, specie se collocati su piazze o incroci di animato passaggio, possono costituire il nucleo iniziale di un centro secondario cittadino, trasformando profondamente la struttura stessa dell'agglomerato urbano, soprattutto se all'origine monocentrico (36). Lo stesso può dirsi dei

(35) G. C. RAVAZZI, *Le strutture commerciali in Italia. Situazione e prospettive*, Milano, F. Angeli, 1967; cfr. p. 98. In termini più geografici e con più perentoria conclusione dice sostanzialmente la stessa cosa O. RONDINI (*op. cit.*, p. 88), per il quale « i grandi magazzini possono istituirsi con vantaggio esclusivamente in conglomerati urbani di una determinata ampiezza e non si prestano assolutamente alla diffusione capillare sia dal punto di vista spaziale che da quello delle diverse categorie di consumatori. Nei paesi che hanno una conformazione topografica e morfologica come l'Italia, nella quale accanto a conglomerati urbani di una certa consistenza esistono migliaia di cittadine, paesi, paesetti, villaggi, l'apertura di supermercati e di grandi magazzini diventa spesso un mero controsenso ed è impensabile e quindi inattuabile ».

(36) G. C. RAVAZZI, *Le strutture commerciali in Italia, cit.*; cfr. p. 102.

moderni supermercati, non più alimentari esclusivamente come all'origine, ma non così ugualmente distribuiti come i magazzini popolari. Di fatto, dei 203 supermercati veri e propri (con superficie unitaria superiore ai 400 mq. di superficie) che si contavano in Italia alla fine del 1965, il 42% risultava localizzato nelle regioni nord-occidentali, il 42% in quelle nord-orientali e centrali (48 supermercati soltanto a Roma) e solo il 16% nelle regioni meridionali e insulari. Mentre i grandi magazzini hanno parecchi piani e i magazzini popolari uno o due con sottosuolo, i supermercati sono caratteristici per avere un piano solo.

Vi sono tuttavia esempi di concentrazione economica cui fa riscontro un forte frazionamento e una notevole dispersione territoriale. E' il caso delle aziende specialistiche a filiali multiple, o catene di negozi, che trattano un solo settore merceologico (con prevalenza di alimentari) e vendono al dettaglio attraverso molteplici punti di vendita. In Francia una sola impresa (M.A.S.) conta attualmente 26.000 succursali controllate da 97 società. Di norma, sulle dimensioni della società si modellano quelle delle succursali e l'area della loro diffusione. Tra i vari tipi di catene possono rivestire interesse geografico quelli basati sullo spazio abbracciato, distinguendosi catene locali, regionali, nazionali.

Più che una vera forma di concentrazione economica derivante da collaborazione fra commercianti, il centro commerciale (*shopping center*) può definirsi un nuovo genere di impresa commerciale, fondata su un sistema centralizzato di organizzazione territoriale delle vendite e su un complesso di servizi in comune. La congestione del traffico e le difficoltà del parcheggio nelle zone centrali della città, unitamente alla facilità di rapido spostamento del consumatore verso aree anche lontane, ma dove in breve tempo possa fare tutte le compere necessarie, fruire di numerosi servizi logistici, e soprattutto mettere in sosta gratuita la macchina, sono all'origine di quei nuovi, specializzati quartieri suburbani o interurbani che, sull'esempio americano, hanno fatto da qualche tempo la loro comparsa anche in Europa. Come modelli del genere si possono ricordare il centro commerciale svedese di Wällingby, presso Stoccolma, e quello di Rotterdam, che

addensa in un'unica zona priva di abitazioni centinaia di negozi al dettaglio e cinque o sei grandi magazzini. Tentativi di concentrare spazialmente il maggior numero possibile di unità commerciali pur senza creare un centro *ad hoc* si stanno facendo in Italia, a Trento, per es., dove in una zona urbana, prima priva di tale carattere, si viene organizzando, a somiglianza delle zone industriali, una vasta area a centro commerciale (37). Come è evidente, queste nuove forme di concentrazione commerciale e di differenziazione urbanistica creano, non solo alle comunità cittadine, ma anche alle rurali, interessate, dei problemi che hanno netto sapore geografico, ma sui quali non è qui il caso di soffermarsi. Il succedersi di convegni e di congressi di urbanistica commerciale mostra, peraltro, come l'allargamento del mercato in senso proprio, la moltiplicazione e le dimensioni crescenti delle organizzazioni commerciali e dei punti di vendita, lo sviluppo dei trasporti siano manifestazioni geografico-economiche del commercio destinate ad influire sempre maggiormente sulla fisionomia e sulla struttura dei centri urbani e delle aree interposte.

Tutto ciò non deve, tuttavia, far dimenticare che la concentrazione commerciale si differenzia da quella industriale per essere il risultato della gestione, da parte di una unica società o sotto il controllo finanziario di diverse società, di molte unità operative capillarmente distribuite. La loro funzione, come s'è già ricordato, consiste nel riempire il vuoto e nel riannodare le fila tra produttore e consumatore in seguito al distacco operatosi con la rivoluzione industriale. A tale operazione, quando si effettua in diverse tappe, provvede il commercio specializzato, rappresentato dalla varia categoria dei grossisti. Ma vi sono dei casi in cui al commercio specializzato, che si esercita sotto il regime della divisione del lavoro, sottentra il commercio cosiddetto integrato. Ciò si verifica quando la funzione di tramite è assunta direttamente dal produttore per giungere ai punti di vendita del commercio al minuto, o direttamente al consumatore.

(37) Per questo problema, in relazione a una determinata città, ma anche nei suoi aspetti generali teorici, cfr. G. DEMATTEIS, *Le località centrali nella geografia urbana di Torino*, Torino, 1966, pp. 83 (Pubbl. del Lab. di Geogr. Econ. « P. Gribaudi », n. 1).

Accessoriamente alla sua professione principale, l'iniziativa della distribuzione passa dunque al produttore. L'organizzazione della distribuzione stessa passa dal commerciante all'agricoltore o, più comunemente, all'industriale. Ora, gli investimenti nel settore distributivo — basta pensare alle spese di pubblicità — sono frequentemente di tale ammontare da essere accessibili solo ad aziende di grandi dimensioni. Ed effettivamente il commercio d'impresa, e cioè la vendita diretta da parte del produttore, si confà specialmente alla grande industria fortemente concentrata, che gode di un monopolio di fatto, ma acquista un'importanza ancora maggiore ove si tratti di industrie che, pur obbedendo alla legge della concentrazione, rimangono abbastanza numerose ed esposte alla concorrenza, per lo meno internazionale (38).

Per il geografo assume notevole valore il fatto che si pratici il commercio integrato soprattutto da parte di complessi o di gruppi industriali nel campo delle industrie estrattive, e cioè di materie prime o semilavorate la cui offerta è fortemente localizzata e territorialmente concentrata. Come s'è già accennato, di fatto, i giacimenti di carbone, di minerali di ferro, di potassa, di petrolio sono d'ordinario raggruppati in modo da richiederne la coltivazione su vasta scala e sotto il controllo di potenti gruppi finanziari. La relativa uniformità del prodotto è essa pure condizione favorevole alla sua commerciabilità diretta, di modo che il commercio d'impresa ha trovato un terreno adatto di sviluppo proprio nel settore delle risorse minerarie, metalliche e combustibili, ora accennate. Ma più recentemente la distribuzione è stata assunta in proprio anche da grandi imprese o gruppi che producono beni di consumo durevole, come le automobili.

Anche nel campo del commercio integrato è stata adottata la formula del cartello geografico, col reparto territoriale del mercato tra i membri del cartello o del consorzio (39). E anche

(38) G. CARONE, *L'organizzazione della distribuzione in Italia*, nel vol. *I costi di distribuzione*, cit. nella nota 31; cfr. pp. 100-101; P. SAVINI, *Le nuove forme di distribuzione. I grandi magazzini, i magazzini a prezzo unico, i supermercati e i negozi a catena*, ibid.; cfr. p. 127.

(39) L'argomento del commercio integrato è trattato con particolare ampiezza e con abbondanza di esempi da H. LAUFENBURGER, *Le commerce et l'organisation des marchés*, Parigi, Recueil Pirey, 1938. Si veda pure, per un necessario aggiornamento, S. VACCA, *I rapporti industria-distribuzione*, ecc., cit.; cfr. pp. 54-76.

qui può essere geograficamente giustificato il chiedersi quali criteri abbiano presieduto alla divisione del mercato reale, o previsto, in zone di vendita, quale sia la loro superficie, la loro configurazione, ecc. La grandiosità degli impianti fissi, la moltiplicazione dei punti di vendita, l'intensa circolazione dei mezzi di trasporto recanti tutti una marca conosciutissima, rafforzata dall'impiego di un colore distintivo, rappresentano altrettante note del paesaggio moderno urbano e rurale, che parlano visivamente delle dimensioni cui può arrivare oggi la concentrazione economica. E ciò naturalmente anche fuori dei confini nazionali, in paesi dove, ad esempio, la distinzione e l'eleganza somma dei negozi di una grande industria italiana per le macchine da scrivere e da ufficio costituisce un'affermazione di prestigio possibile soltanto ad un complesso dimensionalmente cospicuo (40).

SUMMARY. — Geographers are concerned to rather a large extent with the territorial concentrations or properly geographical ones of certain activities particularly related to industrial areas. They pay little attention, however, to economic concentration intended as formation of economic units, above all financial ones.

The Author, basing his observations on some general considerations and some examples, has set out to prove how increasing economic opportunities, along with increasing investments, can influence the geographic aspects and particularly the dimensional ones, of agricultural and industrial production and of business.

(40) Sugli effetti della divisione territoriale per quanto riguarda la vendita di automobili si veda M.R. CLEWETT, *Marketing channels for manufactured products*, Homewood, Ill.; cfr. pp. 106-107. Si veda pure, più in generale, L. PISPISA, *Le scelte economiche nella tecnica commerciale*, Pisa, Ed. Tecnica-Scientifica, 1961; cfr. p. 60.