

La mafia elimina la concorrenza.
Ma la concorrenza può eliminare la mafia? *

di Diego Gambetta

Nei primi due paragrafi mi soffermo sulle relazioni generali tra mafia e mercato¹, e cerco di spiegare perché è teoricamente ragionevole chiedersi se il mercato concorrenziale possa affossare la mafia. Nel terzo paragrafo, smessi i panni dell'economista, fornisco una descrizione del mercato ortofrutticolo all'ingrosso di Palermo, la cui evoluzione nel dopoguerra fa pensare che lo sviluppo della concorrenza possa effettivamente rendere ridondante l'azione mafiosa. Nel paragrafo conclusivo, infine, cerco di dimostrare come il persistere di zone limitate di non concorrenzialità all'interno del mercato ortofrutticolo non permettano di escludere del tutto potenziali involuzioni verso comportamenti mafiosi.

1. *Come la mafia possa promuovere il mercato,
pur eliminando la concorrenza.*

È opportuno notare che nella prima affermazione del titolo non sostengo che la mafia elimina il mercato, ma che essa elimina la concorrenza. Mercato e concorrenza sono processi diversi, e sebbene occorra un mercato per avere concorrenza non occorre concorrenza per avere un mercato: l'iterazione nel tempo di transazioni di un determinato bene tra un numero n di compratori e venditori costituisce un mercato di quel bene. La concorrenza invece è una relazione specifica, interna tanto al gruppo dei compratori quanto a quello dei venditori, che si verifica in condizioni particolari: «un mercato com-

* Ringrazio Valeria Pizzini, Salvatore Lupo e Marcello Messori per le loro osservazioni ad una precedente versione di questo testo.

¹ Su questo si veda anche D. Gambetta, *Mafia: i costi della sfiducia*, in «Polis», a. I, n. 2, 1987; e D. Gambetta, *Fragments of an economic theory of the mafia*, in «Archives Européennes de Sociologie», a. XXIX, n. 1, 1988.

petitivo ha una moltitudine di compratori e venditori, nessuno dei quali è sufficientemente potente da avere un effetto apprezzabile sulle funzioni di domanda e di offerta»¹. In breve, nelle condizioni di concorrenza che hanno rilevanza per questo saggio, gli agenti economici, sia che comprino sia che vendano, hanno solo due alternative, accettare il prezzo di concorrenza o rinunciare alla transazione²; non riescono invece a mettersi d'accordo tra loro, né in modo esplicito né tacito, per influenzare i prezzi o regolare la quantità dei beni presenti sul mercato a loro favore.

La ragione per cui ho fatto il pedante iniziando con questa lezione lampo di economia è perché talvolta mercato e concorrenza vengono confusi l'un con l'altra con risultati particolarmente nebulosi quando si tratti di mafia. Quest'ultima infatti ha effetti diversi a seconda che ci si riferisca al mercato o alla concorrenza: sappiamo, almeno in modo aneddótico, che la mafia mira ad affossare la seconda; al contrario essa non si rivela incompatibile con il mercato e, anzi, in particolari condizioni ne favorisce l'emergere. Che alla mafia la concorrenza non piaccia è cosa nota, ma che essa possa promuovere il mercato — dico *possa* non *debba* — può costituire per alcuni una sorpresa, che legittimamente invoca chiarimenti.

Messi di fronte ad una possibile transazione gli agenti si trovano a scegliere innanzitutto tra due alternative. La prima consiste nell'evitare la transazione, la seconda nel prendervi parte. In un mondo dove la razionalità economica degli agenti sia non universale ma anche solo un comportamento diffuso, è evidente che — a parità di altre condizioni — le probabilità di astenersi saranno tanto più elevate quanto più elevata è la *sfiducia*, più elevata, cioè, è l'aspettativa di poter essere aggirati in qualche modo nel corso della transazione³. A bassa fiducia ci si può pertanto attendere che il mercato avrà meno probabilità di emergere o tenderà ad essere più circoscritto di ciò che la domanda potenziale permetterebbe.

¹ J. Friedman, *Oligopoly Theory*, Cambridge University Press 1983, pp. 6-7.

² Nella teoria classica si assume che su ogni mercato vi sia un solo prezzo, il prezzo di equilibrio, a cui gli agenti si adattano; in molti mercati reali, però, di quelli che gli economisti raramente si «sporcano le mani» a studiare, la formazione del prezzo avviene in modo più complesso, accidentato e interessante: ad esempio, vi è spesso un prezzo di partenza e il prezzo di vendita si determina in modo dinamico con l'asta; inoltre, non di rado si riscontrano equilibri fondati su un prezzo locale che si forma grazie alle difficoltà di informazione, al «monitoring» reciproco degli operatori e a tante altre «imperfezioni» che comunque non eliminano la natura sostanzialmente concorrenziale di un mercato.

³ Si veda P. Dasgupta, *La fiducia come bene economico* e D. Gambetta, *Possiamo fidarci della fiducia?* entrambi in D. Gambetta (a cura di), *Le strategie della fiducia*, Torino, 1989.

Ho spiegato altrove⁴, e qui mi limito ad assumerlo, che la funzione specifica che differenzia il mafioso dal criminale ordinario o dall'imprenditore (legale o illegale che sia) è che *il mafioso agisce in qualità di garante di determinate transazioni*. Di conseguenza, qualora un mafioso sia in grado di offrire protezione credibile, allora alle due alternative — prender parte alla transazione o rinunciarvi — se ne aggiunge una terza, che consiste nel prendervi parte protetti da un garante. In certe condizioni, questa terza alternativa, cioè l'intervento del mafioso come garante, pur presentando dei costi per i partecipanti, può consentire lo svolgersi di transazioni che per mancanza di fiducia non avrebbero avuto luogo (qui non mi occupo di come la mancanza di fiducia sia emersa, in ogni caso anche qualora fosse il risultato di azioni messe subdolamente in atto dallo stesso mafioso il ragionamento in questo particolare esempio non cambierebbe).

Fig. 1. Percorsi decisionali di partecipazione allo scambio e ricavi relativi

		ricavi	
		onesto	disonesto
scambio * (beni o accordi)	senza protezione	1	-1
	con protezione	1-Q	1-Q
	rinuncio	0	0

Q = prezzo protezione Rh = ricavi con partner onesto

Rd = ricavi con partner disonesto

P = probabilità di avere un partner onesto

* Se vi fosse solo l'alternativa scambio senza protezione (in questo esempio, se $p > .50$) allora l'agente sceglierebbe *scambio* perché i ricavi attesi $-(p \cdot Rh) - (1-p) \cdot Rd$ - sarebbero positivi. Ma se vi è offerta credibile di protezione, è sufficiente che $1-Q > 0$ perché venga ugualmente scelta l'opzione *scambio*, anche se $p < .50$ o, al limite anche se $p=0$, cioè quando il partner è certamente disonesto.

Infine, per valori di $p > .50$ se $1-Q > 1 - (1-p)$ allora si sceglierà lo scambio protetto.

L'illustrazione grafica e i riferimenti formali di questo argomento si trovano nella figura 1. Qualora vi sia solo l'alternativa di scambiare senza protezione, l'agente sceglierà l'opzione *scambio* solo se le probabilità che il partner sia onesto⁵ sono sufficientemente alte da rende-

⁴ Cfr. Gambetta, *Mafia* cit., e *Fragments* cit.

⁵ Per onesto qui si intende colui che dice la verità circa la qualità della merce che vende o circa le promesse che fa sulla sua adesione ad un certo accordo.

re positivi i ricavi attesi — nell'esempio dello schema, dove si assume secondo convenzione che $R_h = 1$ e $R_d = 1$, affinché $(p \times R_h) - (1-p) \times R_d > 0$ si dovrà avere $p > 0.50$. Se invece vi è offerta di protezione — che qui si assume così efficace da rendere $p = 1$, cioè da indurre il partner disonesto a comportarsi onestamente in ogni caso — allora si sceglierà di partecipare alla transazione *anche se* le probabilità iniziali che il partner sia onesto sono basse o al limite nulle ($p < 0.50$, al limite anche con $p = 0$). La condizione è naturalmente che il costo della protezione non annulli i ricavi (cioè che $1 - Q > 0$, cioè $Q < 1$). Infine, va osservato che più alta è la fiducia più ristretti sono i margini di profitto Q che il protettore può richiedere affinché i partecipanti allo scambio ritengano vantaggioso l'utilizzo della protezione⁶ (per valori di $p > .50$, solo se $1 - Q > 1 - (1-p)$ — cioè se $Q < 1-p$ — si sceglierà lo scambio protetto).

Per evitare confusione è bene concludere sottolineando con fermezza che sostenere che l'attività di garante esercitata dal mafioso può favorire l'emergere di un mercato che per bassa fiducia non sarebbe altrimenti emerso, non equivale a sostenere che, una volta emerso in questa forma, un mercato protetto si sviluppi con la stessa velocità ed ampiezza di un mercato non protetto. Anzi, si può dimostrare — cosa che però non farò qui — che il mercato protetto tende a svilupparsi poco o nulla, che vi si formano strozzature monopolistiche e che nel complesso tutti, eccetto i fornitori di protezione, stanno economicamente peggio di quello che sarebbero stati se il mercato fosse riuscito a svilupparsi senza protezione. In parole povere, uno scambio anche se protetto è in genere meglio di un non scambio, ma uno scambio non protetto (tra agenti che si fidano o che non hanno bisogno di fiducia) è meglio di uno protetto.

2. *Come l'assenza di concorrenza favorisca l'intervento mafioso e come viceversa la presenza ne aumenti la ridondanza.*

Vi è una differenza di fondamentale importanza tra mercato concorrenziale e mercato non concorrenziale. Inoltre, all'interno dei mercati non concorrenziali vi è una differenza importante tra monopolio e oligopolio. Ciò che differenzia l'oligopolio — che è la formazione che qui ci interessa — tanto dal mercato concorrenziale quanto

⁶ Debbo aggiungere, a scanso di equivoci, che la presenza di una domanda potenziale di fiducia non genera automaticamente dei tizi che possono credibilmente venderla. Se si credesse ciò si cadrebbe vittime della fallacia funzionalista, immaginando cioè che il bisogno di X debba di necessità diventarne la causa generante. Perché vi sia anche un'offerta occorrono particolari condizioni di differente origine su cui non mi soffermo qui.

da quello monopolistico, è che «gli oligopolisti sono strategicamente legati l'uno all'altro. La miglior politica per ciascuna impresa è dipendente dalle politiche seguite dalle imprese rivali sul mercato»¹. Mentre dunque il meccanismo principale che regola la dinamica del mercato concorrenziale è il *prezzo*, nel mercato oligopolistico vi sarà un forte incentivo a cercare l'*accordo*, sia per scoraggiare eventuali nuovi entranti sia per dividersi il mercato.

Il requisito di un mercato non concorrenziale è che vi siano barriere all'ingresso tali da controllare il numero di agenti sul mercato mantenendolo il più possibile inferiore a quello che tenderebbe «naturalmente» a verificarsi. La mafia non è certo l'unico mezzo per perseguire questo fine: la pubblicità, il *dumping* dei prezzi, la corruzione, la regolazione delle licenze, l'imposizione di standard tecnologici o finanziari vincolanti sono altrettanti mezzi, che non esitiamo a considerare legali, frequentemente perseguiti dalle imprese per alzare i costi di ingresso ai nuovi concorrenti. Molto spesso queste forme di regolazione degli ingressi richiedono, per avere successo, la presenza di accordi di cooperazione — espliciti o impliciti ha qui poca importanza — tra gli agenti economici che se ne avvantaggiano, in quanto gli oligopolisti devono accordarsi sulla divisione delle spese della strategia prescelta, sui tempi di azione etc.².

Oltre alle strategie per scoraggiare i nuovi potenziali entranti, vi sono poi due altre forme per restringere ulteriormente la concorrenzialità del mercato, cioè la collusione sui prezzi e la, in genere connessa, collusione sulle porzioni di mercato: anch'esse per funzionare richiedono il più delle volte che gli oligopolisti si accordino fra loro — spesso in modo esplicito, come illustra l'ottimo manuale di James Friedman — e, più ancora, richiedono che tali accordi siano rispettati, evitando di vendere sottoprezzo all'insaputa degli altri e astenendosi dall'invasare il «territorio» altrui.

Cerchiamo ora di mettere insieme analiticamente l'agire mafioso con la presenza di accordi. L'agire del mafioso come garante di transazioni non ci dice soltanto che egli può in realtà favorire scambi che non avrebbero altrimenti luogo. Ci suggerisce un altro nesso cruciale: se il mafioso interviene specificamente dove la fiducia è fragile o

¹ Friedman, *Oligopoly Theory*, cit., p. 1.

² Capita spesso che se in un oligopolio c'è un'impresa molto grande, questa abbia interesse a scoraggiare i potenziali nuovi entranti anche se le altre imprese dell'oligopolio non contribuiscono e se ne avvantaggiano gratuitamente, facendo, come si dice, i *free-riders* a spese della impresa grande. In questo caso, è ovvio, non c'è bisogno di accordi espliciti. Laddove però siano disponibili imprese mafiose, queste vengono utilizzate dall'impresa che paga le spese per scoraggiare la concorrenza e anche per «incoraggiare» le altre imprese a contribuire al costo.

bassa o entrambe le cose insieme, allora c'è da attendersi che un suo pascolo prediletto saranno non solo, come è noto, i mercati illegali — dove mancano garanti legittimi — né solo i mercati in cui i garanti legittimi sono inefficienti, ma anche i mercati che operano sulla base di accordi³. L'accordo può esser anch'esso utilmente considerato come una transazione di tipo particolare in cui i partecipanti si scambiano anziché merci e denaro, promesse ed impegni circa un loro futuro comportamento. Promesse ed impegni sono beni dalle caratteristiche curiose: hanno un basso costo a esser fatte ed un alto costo ad esser mantenute. A seguito di questa tensione, laddove si agisce per mezzo di accordi, i rischi di tradimento e quindi di conflitto sono molto elevati. Conseguentemente, la dose di fiducia richiesta è anch'essa elevata e le garanzie reciproche, per essere soddisfacenti, debbono essere più severe. Per converso, si confronti questo tipo di mercato con il mercato concorrenziale regolato dai prezzi — o, se si vuole, più precisamente, regolato dall'accordo di non fare accordi. Qui nessuno ha bisogno di accordarsi con nessun altro per esercitare l'attività economica, ognuno agisce come per conto suo: se X fa un prezzo, Y può proporre un altro prezzo o rinunciare. Se Z vuole entrare sul mercato e competere con Y e X può farlo. Se Y e Z, sulla base dei loro prezzi migliori, sottraggono clienti a X o ne invadono i territori non vengono meno a nessun accordo. Il problema del tradimento, della lealtà, dell'amicizia — termini che hanno una parte prominente nell'idioma mafioso — vengono semplicemente aboliti attraverso la generalizzazione: qui, in un certo senso, *tutti* tradiscono *tutti* senza perciò ricevere o comminare sanzioni. Dove non vi sono accordi i problemi fiduciari di conseguenza si restringono.

Siamo ora in grado di chiarire perché sia plausibile domandarsi se la concorrenza possa affossare la mafia. La concorrenza — che naturalmente non è un'entità dotata di intenzioni ma un effetto dell'agire collettivo — eliminando la possibilità di accordi, circoscrive, a parità di altre condizioni, la domanda di fiducia e protezione, cioè di quei beni che la mafia tratta e ha sempre trattato.

In tempi recenti vengono spesso evidenziati gli aspetti conservatori e regressivi delle teorie che sottolineano il ruolo del mercato. Sebbene non vi sia dubbio che tali teorie, in particolare quella neoclassica, si prestino ad usi di questo tipo e siano diffuse in ambienti con-

³ Un esempio di questo caso si può ricavare dall'articolo *Anatomia della tangente* (in «Meridiana», a. I, n. 4, 1988) dove con argomenti simili sostengo che le aste pubbliche al massimo ribasso, pur con tutti i difetti, sono l'opzione preferibile se si vogliono scoraggiare gli accordi di corruzione.

servatori, all'origine però — e per origine intendo Adam Smith — esse furono con coerenza pensate come strumenti di progresso e di libertà, contro l'ineguaglianza, la violenza nei conflitti economici, l'aristocrazia e le sue protezioni: sul mercato ciascuno può scambiare, guadagnarsi una posizione con il lavoro e l'abilità indipendentemente dal lignaggio, dal credo, dall'etnia, dal nepotismo, dall'appartenenza ad un partito o, se vogliamo trasferire il ragionamento in Sicilia, indipendentemente dall'essere amici di un *Don Peppe*. Smith scrive che «il commercio introduce gradualmente ordine e buon governo, e con essi libertà e sicurezza, tra gli abitanti di un paese, che prima vivevano in uno stato di guerra continua con i loro vicini e di servile dipendenza dai loro superiori. Questo — aggiunge — pur essendo tra gli effetti del commercio il meno osservato è di gran lunga il più importante»⁴. *Mutatis mutandis*, io credo che gli argomenti di Smith contro l'aristocrazia possano essere parzialmente estesi alla mafia. Non escludo che perseguire in forma generalizzata politiche di libero mercato per certi beni possa essere impossibile, indesiderabile o controproducente; eppure credo che in parecchi mercati locali nel Mezzogiorno possa avere ancor oggi un valore rivoluzionario.

In ciò che segue analizzerò la situazione del mercato ortofrutticolo all'ingrosso a Palermo. Mostrerò che vi sono, se non ragioni per pensare che io abbia necessariamente ragione, almeno ragioni per pensare che valga la pena perseguire energicamente questa ipotesi. L'etnografia è piuttosto ricca, e comunque ricca a sufficienza per riferirsi solo in parte all'ipotesi teorica che ho testé esposto: il resoconto etnografico induce riflessioni ulteriori, talora in direzioni ancora inesplorate. I mercati, come hanno sostenuto di recente alcuni storici⁵, sono almeno importanti come, ma forse più importanti, del latifondo come contesto d'origine della mafia. Ciononostante, la ricerca svolta su di essi, tanto storica quanto recente, è scarsa⁶ e ciò che segue va inteso come un preliminare contributo.

3. Il mercato ortofrutticolo di Palermo.

Dal 1955 il mercato ortofrutticolo all'ingrosso di Palermo si trova sulla strada che porta a Monte Pellegrino, al di là del ponte della fer-

⁴ A. Smith, *Wealth of Nations*, Edinburgh, 1889, pp. 181-82 (traduzione mia).

⁵ Si veda ad esempio S. Lupo, *Il tenebroso sodalizio*, in «Studi Storici», n. 2, 1988.

⁶ Si veda però F. Piselli e G. Arrighi, *Parentela, clientela e comunità*, in P. Bevilacqua e A. Placanica (a cura di), *La Calabria*, Torino, 1985; e F. Piselli *Circuiti politici mafiosi nel secondo dopoguerra* in «Meridiana», n. 2 1988.

rovia, non lontano dall'Ucciardone e dall'aula-bunker. Il mercato è stato, tra gli anni cinquanta e sessanta, un luogo, per così dire, piuttosto vivace ed il contesto di diversi episodi criminosi, tanto da attirare ripetutamente l'attenzione di varie autorità, tra cui la Commissione Parlamentare antimafia. La storia del mercato è ricca ed interessante, ma qui non avrò spazio per raccontarla. Ho scelto invece di illustrare ciò che succedeva nel 1987 e che ho avuto modo di conoscere direttamente attraverso un lavoro di interviste ed osservazioni svolto al mercato. Alcuni frammenti della storia del mercato emergeranno comunque. Occorre innanzitutto tener conto che dopo la metà degli anni sessanta non si sono più verificati episodi criminosi molto significativi.

La vita al mercato comincia prestissimo. Già verso le due e mezzo inizia a popolarsi: prima di portantini, poi di produttori e trasportatori, e si inizia a scaricare. I veri protagonisti del mercato, però, sono i 77 commissionari (detti anche *scaristi*), ed è soprattutto all'interno di questa categoria che le attenzioni delle autorità si concentrarono in passato. Essi arrivano più tardi, verso le quattro.

A questi vanno aggiunti naturalmente i compratori, grossisti e dettaglianti innanzitutto, molti dei quali spuntano all'alba non molto più tardi degli altri protagonisti del mercato. Ufficialmente le transazioni dovrebbero cominciare alle sei, ma si ha l'impressione che inizino prima, in una sorta di tollerato *free-riding*. Più tardi, dopo le sette e mezzo, si fanno vivi i compratori meno esigenti, quelli che acquistano partite piccole, come i ristoratori, o quelli a cui il prezzo e la qualità interessano poco, come i militari che vengono direttamente a prendersi la merce. Intorno a quest'ora cominciano anche le aste, guidate da veri e propri astatori che strillano prezzi e quantità inframmezzati da una gamma rituale di insulti ed impropri sull'umana stupidità che, cieca, passa sottovalutando l'affare che ad essa si offre.

Lo spazio è poco e l'affollamento tanto. Almeno un centinaio di portantini, miserabile e straordinaria mescolanza di umanità mediterranea, scorrazza freneticamente tra gli stand dei commissionari tirandosi appresso carrettini di ferro dagli spigoli taglienti che ogni giorno contano parecchie vittime fra gli stinchi dei presenti. Si intralciano, si urtano, litigano tra loro e con gli altri che stan fermi a contrattare. I portantini girano continuamente anche a carico vuoto per farsi affittare sia dai commissionari, per scaricare i camion, sia dai compratori, per trasportare la merce alle loro vetture fuori del mercato. L'abilità dei portantini consiste nel trasportare il massimo carico pos-

sibile senza rovesciarlo o ammaccarlo. Gli africani, considerati meno abili — e più disposti ad accontentarsi — vengono pagati 1.000 lire a carico, mentre i palermitani vengono pagati meglio, fino a 3-4 mila lire. I pochi che han fatto di ciò un mestiere permanente si sono comprati il carretto (per il valore non indifferente di quasi 300.000 lire). Ai più il carretto lo fornisce il mercato ed essendovene un numero limitato l'unico modo certo per lavorare è di arrivare prima degli altri così da impossessarsi di uno. I carrettini metallici dei portantini non sono gli unici. Si possono infatti ancora vedere ortolani e fruttaioli con il tradizionale carrettino siciliano tirato dal ciuco e decorato di rozzi disegni astratti, gialli e rossi.

Tra questa folla, che nell'ora di punta può superare in totale le 2.000 persone, si aggirano per il mercato i dipendenti dei commissionari, cioè contabili, venditori, astatori e uomini di fatica; infine, per completare il quadro della folla abituale, occorre aggiungere posteggiatori e ambulanti.

Tra gli ambulanti uno vendeva penne a sfera, un altro occhiali usati, un altro ancora cassette musicali, che pubblicizzava a tutto volume; il più disgraziato di tutti si serviva di una bicicletta vecchissima, attrezzata con due cestini rivestiti della plastica nera dei sacchetti per la spazzatura, per vendere cinture, portafogli e coltellini, che teneva a fascio nella mano con la lama rivolta in fuori, agitandoli sotto il naso dei riluttanti clienti.

Verso le sette giungono gli ambulanti vivandieri, che propongono una selezione ridotta ma possente del *fast food* siciliano: panini di mitiche dimensioni farciti della tradizionale *meuza* (milza) e di ciò che al mercato chiamano *frittola*, grasso e cartilagine fritti nell'olio. La frittola emerge da strati ordinati collocati in due cestini di vimini ricoperti di un panno candido, cestini di quelli che fino a poco tempo addietro venivano trasportati dall'asino, rimpiazzato ora da una più docile Ape. Verso le sette compare anche un tizio, una specie di insetto pulitore, che dignitoso e furtivo esplora gli anfratti, clinicamente scegliendo ed incamerando, in una sporta di plastica trasparente, singoli frutti eliminati dalle ceste o caduti a terra, ma ancora commestibili.

Chi distratto dall'intensità delle attività mafiose nel Mezzogiorno o ingannato dall'abolizione solo intellettualistica della questione meridionale si fosse dimenticato dell'esistenza della povertà, di quella solida e silente, troverà forse attraverso questa descrizione modo di riflettere. Tra questa folla non vi è tanto chi è privo dei mezzi di sussistenza quanto chi non può permettersi protezione alcuna, proprio

come furono definiti i *pauperes* medioevali¹. Ma il mercato è anche florido, dinamico, e vivace.

4. *Commissionari e compratori.*

I venditori, nel determinare i prezzi, si regolano a seconda dell'intensità della domanda che cercano di stabilire interpretando segni empirici: se ad esempio si vedono circolare clienti non abituali allora alzano i prezzi perché c'è scarsità. L'atmosfera delle contrattazioni è tesa e vivace al tempo stesso e ricorda quella della borsa. I compratori si aggirano fra gli stand chiedendo prezzi ed esaminando la merce, di solito non quella del primo strato; spesso contrattano, sfidando ad alta voce il venditore; questi, oltre a rispondere per le rime, si muove continuamente davanti alla merce con una sacchetta per i soldi ed un registro con i nomi e le partite di merce dei vari produttori che gliel'hanno affidata. Tiene d'occhio la merce, contratta, comunica con i dipendenti: c'è un gergo interno per cui il commissionario capisce dal suo dipendente il prezzo che sta facendo ad un cliente senza che gli altri clienti capiscano: ad esempio, un dito in bocca significa 20 lire di sconto, *forbice* vuol dire 200 lire, *Via Cavour* 600. Ogni gruppo ha la sua segnaletica. Se il prezzo o la qualità non soddisfano, i compratori se ne vanno, esprimendosi più con le smorfie che con i commenti: non ho mai notato compratori ciechi o coatti ed ognuno sembrava preoccupato solo di fare gli acquisti giusti, amici o non amici che fossero i venditori. L'idioma amicale non figura, come ci si sarebbe potuti attendere, in modo prominente nel regolare le transazioni con i compratori, e comunque non pare tale da inhibire la loro libera scelta. Sulle merci deperibili c'è concorrenza: ogni venditore stabilisce il prezzo che vuole — compatibilmente con le richieste dei produttori che gli hanno affidato la merce — e ogni compratore fa i suoi acquisti dal venditore che desidera. Solo su merci meno deperibili come mele, pere e patate, si verifica talvolta un accordo tacito a non svendere sotto un certo prezzo minimo, confidando, con l'aiuto del frigorifero, in giornate migliori. Non ho raccolto segni di defezione da questo accordo, ma non ho neppure raccolto segni che in caso di defezione vi sarebbe una punizione.

L'assenza di obblighi fra compratori e commissionari non significa che non si creino legami stabili fra clienti e venditori. Il credito

¹ E. Sereni, *Agricoltura e mondo rurale*, in *Storia d'Italia*, Torino, 1972, p. 174.

in questo ha un ruolo importante: i dettaglianti prediligono i commissionari disposti a far loro credito, credito che di solito vien concesso senza cambiali, con interessi bancari a scadenze settimanali o mensili. Questo tipo di credito facilita la vita soprattutto ai dettaglianti più piccoli evitando loro tensioni burocratiche e scoperture bancarie. I commissionari fanno credito se vi è un rapporto di fiducia, ma soprattutto se il dettagliante è noto e si è servito di loro ripetutamente, cosa che suggerisce non soltanto lealtà, quanto piuttosto solidità di affari e continuità di impegno. Molto spesso, il credito dei commissionari non è altro che un trasferimento del credito che i produttori fanno ai commissionari stessi, e non implica altro che un ruolo di garante da parte del commissionario: egli riceve X chili di frutta dal produttore con il compito di venderla al meglio e di pagare nel prossimo futuro dopo averla venduta; gli X chili vanno al dettagliante e anche lui pagherà nel prossimo futuro. I crediti non sono mai per cifre elevate e un commissionario di grandi dimensioni, ad esempio, si espone per non più di un milione e mezzo al giorno. Alla domanda su cosa si fa nel caso (non infrequente) di insolvenza, la risposta non è stata, come ovviamente «sperava» l'intervistatore, «li facciamo mafiosamente a fette». L'entità limitata per cui si espongono i commissionari non renderebbe conveniente perseguire i debitori con particolare intensità o minacce fisiche: costoro vengono ostracizzati spesso in accordo con altri scaristi — tutti nel giro di «un giorno o due» vengono a conoscenza del debito insoluto — non gli si fa più credito, gli si richiedono contanti, lo si tratta male. Tuttavia non per questo al mercato si pensa che i debiti non pagati debbano rimanere impuniti: la *vox populi* ritiene che «nel caso di Piazza Scaffa¹ il debito era di molti milioni, ed un debito così ti fa un buco di bilancio tale per cui è *comprensibile* [sic] che abbiano sparato».

L'abilità di far credito è importante perché secondo il direttore del mercato è ciò che permette ad un'impresa di vendita di ingrandirsi; in altre parole, il credito non è tanto uno strumento remunerativo in quanto tale ma serve ad affrontare la concorrenza tra commissionari attirando e vincolando i clienti (questo come vedremo più avanti può spiegare perché i debitori insolventi vengano oggi perseguiti in modo blando e senza violenza). Secondo un intervistato, questa posizione di fiduciario e di garante svolta dallo scarista dava, un tempo soprattutto, grande prestigio: significava avere rapporti con reti-

¹ Nella notte tra il 17 e il 18 ottobre del 1984 nel cortile del macello di questa piazza di Palermo vi fu la strage di ben otto persone legate al commercio dei cavalli.

coli vasti di persone cittadine e campagnuole, significava essere rispettato e nella giusta posizione per risolvere liti e comporre conflitti, frequenti in un mondo come quello del mercato. Sarebbe per questo che mafiosi della precedente generazione erano attirati dal ruolo di scarista, o che alcuni scaristi evolvevano il loro ruolo in quello di mafiosi. Mafiosi di grido negli anni sessanta, mafiosi come Cavataio e La Barbera, protagonisti sfortunati della guerra di mafia di quel periodo, furono entrambi coinvolti o come scaristi o come amici di scaristi con il mercato e provenivano dal quartiere che s'inizia di fronte all'ingresso del mercato stesso.

Il mercato era dunque una specie di palestra, di forgia per il prestigio e la reputazione nelle abilità di mediazione, e — continuo a riportare opinioni altrui — non è che ci fosse la mafia *nel* mercato: all'interno «se uno scarista pensava di averli duri anche l'altro non si sentiva da meno», quindi, come mi è stato spesso ripetuto «al mercato c'era *rispetto* e non mafia». Per questo, come vedremo, occorre andare più indietro nel tempo. I conflitti che si svolsero all'interno del mercato con le relative *ammazzatine* erano tangenziali: colpire al mercato era semplice perché c'era tanta gente e alle facce nuove, con o senza mitra sotto la giacca, non faceva caso nessuno. Osservando le fonti storiche questa opinione non sembra errata, forse solo incompleta: in effetti alcuni degli episodi criminosi sembrano legati al mercato solo perché avvenuti al suo interno, ma non tutti paiono risultare propri di quel contesto.

5. *Commissionari e produttori.*

I commissionari ricevono la merce o dai mediatori o direttamente dai produttori. A questi trattengono il 10% di commissione, ai mediatori solo l'8%. I commissionari, in teoria, la merce non dovrebbero comprarla, ma agire unicamente per conto dei produttori; questo non sempre avviene però e talora i commissionari agiscono da veri e propri commercianti all'ingrosso con un margine speculativo più ampio. La presenza dei mediatori, cioè di coloro che comprano la merce dai contadini produttori, magari in anticipo sul raccolto speculando come in borsa, e trasportano la medesima ai mercati è declinata, e più spesso i commissionari acquistano direttamente dai produttori, o agiscono essi stessi da mediatori. I vecchi produttori avevano più paura di prendersi cura del trasporto, delle incertezze connesse alla contrattazione con gli smaliziati cittadini, preferendo affi-

darsi al mediatore come ad un amico, scambiando prezzi più bassi per una maggiore sicurezza e una minore ansietà. Oggi i giovani sono meno timorosi e vengono direttamente a vendere al mercato o attraverso la cooperativa presente o attraverso gli altri commissionari.

Anche i rapporti tra commissionari e produttori paiono liberi: per limitare il rischio, i produttori affidano, ad esempio, 100 cassette ad uno scarista e 100 ad un altro. Al secondo giro, daranno più cassette allo scarista che ha venduto al miglior prezzo, punendo l'altro. Meglio di così un economista non potrebbe chiedere. Per parte sua il commissionario fa il possibile per vendere al meglio la merce essendo il suo reddito legato a quello dei produttori. Nel caso in cui i produttori scoprono di esser stati raggirati sulle quantità vendute o sui prezzi applicati «ti spaccano la faccia e non tornano più». I produttori comunque vengono per lo più pagati a merce venduta e questo implica un notevole bisogno di rapporti fiduciari con i commissionari (rapporti asimmetrici visto che sono solo i primi a doversi fidare dei secondi e non viceversa). Un'altra ragione dei produttori per cambiare commissionario sono i pagamenti ritardati, segno che il commissionario non sta curando adeguatamente i suoi affari. In generale, comunque i produttori, anche grosse ditte del Nord, dell'Emilia e del Veneto si fidano e consentono il pagamento al ricevimento della fattura, con un profittevole ritardo per lo scarista di circa un mese.

Solo i produttori che provengono dalla provincia di Palermo e Trapani vogliono essere pagati subito: essi hanno la convinzione che i Palermitani siano tutti disonesti (e le loro donne tutte «buddane») per cui non si fidano e vogliono i soldi subito o quasi subito: un fiorire di ingiurie reciproche fa da corona a questi stereotipi, per cui i Palermitani all'accusa ritorcono, in modo un po' barocco, che se nei loro paeselli sono tutti onesti è perché i disonesti e le «buddane» di Palermo provengono tutti dai loro paesi. Al di là degli stereotipi, si formano comunque rapporti di fedeltà negli affari; eppure, quelle convinzioni e quell'atavica sfiducia pesano ancora e generano realmente comportamenti prudentziali.

6. Conclusioni.

La libertà di compratori e produttori nei confronti degli scaristi non è sempre stata così ampia. Un tempo — fino cioè al 1955, prima del trasferimento in via Monte Pellegrino — i commissionari erano solo 12 (le licenze erano di più ma solo 12 operavano effettivamente).

te). In 12 era semplice accordarsi sui prezzi, controllarsi reciprocamente, monitorizzare gli scambi gli uni degli altri. L'oligopolio rendeva Palermo una delle città più care per i consumatori¹. Vi era un uomo di rispetto, anche lui commissionario al mercato; agiva da garante degli accordi e aveva in cambio la fetta più grossa. Prima che le casse rurali svolgessero le loro funzioni in modo adeguato, l'uomo di rispetto fungeva da banca anche per i produttori — che necessitano di norma di somme più elevate e con maggior anticipo dei compratori — imponendo così loro di servirsi di lui come commissionario.

Alla domanda se anche ora non sarebbe conveniente pagare qualcuno che, come il *Don Peppe* di un tempo, imponesse vincoli ai prezzi e ripartizioni rigide nelle transazioni, la risposta da più parti è che ora che i commissionari sono 77, non appena convenisse tutti romperebbero l'accordo e i costi di farlo rispettare sarebbero proibitivi. E poi vi sono caratteristiche specifiche del commercio ortofrutticolo che rendono quasi impossibile questa operazione. È un commercio che per sua natura deve andare veloce; e soprattutto tanto le fonti di approvvigionamento, localizzate ormai in ogni parte d'Italia, quanto i clienti sono tantissimi. È difficile pertanto, sia attraverso la domanda sia attraverso l'offerta, controllare le quantità e regolare in questo modo i prezzi. Così, semplicemente, per un insieme di fattori di scala, primo fra tutti l'aumento del numero di commissionari, il mercato sembra aver preso le caratteristiche di un vero mercato competitivo. Vi è al momento ancora una barriera all'ingresso del mercato, di ordine burocratico e spaziale (e non mafioso), che tecnicamente rende tuttora l'insieme dei commissionari un oligopolio, il fatto cioè che ci vuole una licenza e che, quand'anche fosse concessa non vi sarebbe lo spazio nell'area attuale per infilare anche solo una cassa di frutta in più. Ma almeno, all'interno dell'ormai folto gruppo di commissionari, la concorrenza, con un'eccezione importante che vedremo più avanti, funziona. Di poliziotti vigilanti sui patti non si sa più che farsene. Se mai *mafia* vi fu al mercato, ora pare un ricordo.

Il processo di aumento del numero di commissionari non è stato indolore. Ancor oggi la questione delle nuove licenze è spinosa, e in maniera esplicita e priva di imbarazzo i protagonisti del mercato più anziani rammentano ancora con nostalgia economica quando si era in pochi ed i margini di profitto erano alti per gli scaristi, anche del 20%. In qualche caso, rileggendo gli appunti ho l'impressione che al-

¹ I riferimenti storici sono derivati dagli atti della Commissione Antimafia (Volume 4, Tomo XII) e da una speciale relazione della stessa Commissione del 1969 che ha per titolo *Relazione sui mercati all'ingrosso*; tale relazione non è mai stata pubblicata.

cuni dei discorsi che mi sono stati fatti durante la ricerca sul campo altro non fossero che una difesa della mafia di un tempo, dei tempi in cui si era in pochi, si era *amici*, c'era rispetto e gli interessi degli *amici*, in contrasto con quelli di anonimi consumatori finali o igno- ranti produttori, venivano protetti come si conviene. Ma, come am- mette il direttore del mercato, la politica della commissione prefetti- zia che controlla il mercato è stata quella di espandere le licenze, che hanno continuato a crescere dagli anni cinquanta ad oggi, con un'im- pennata negli anni settanta, e fino ad un ultimo incremento nell'81. È, come ammette sempre il direttore, sarebbe grazie a questa politica se oggi i problemi del mercato sono diminuiti. La tensione, per così dire, *protezionistica*, ci fu soprattutto al primo aumento significativo che da 12 effettivi portò il numero di commissionerari a più del dop- pio e che coincise con il trasferimento in via Monte Pellegrino. Pur senza certezze, è fondato il sospetto che alcuni degli episodi crimino- si di allora nascessero da queste ragioni.

Va comunque osservato, per inciso, che da sola questa politica non basta a spiegare l'aumento consistente di licenze. Certo è una condi- zione necessaria, ma non sufficiente: infatti non si spiegherebbe per- ché, a dispetto di questa volontà, in altri casi, come quello del merca- to all'ingrosso del pesce, sempre di Palermo, si verifica una sorpren- dente assenza di aspiranti commissionerari che dalla fine della guerra ad oggi sono passati da 4 a 8².

L'aumento dei commissionerari agisce però, anche in un altro mo- do, più sottile, nello scoraggiare le attività mafiose, in questo caso soprattutto in relazione ai rapporti tra commissionerari e produttori. Laddove vi è il monopolio del credito da parte di un commissiona- rio solo, come avveniva negli anni cinquanta, allora non solo i tassi di interesse sono più elevati, ma il debitore insolvente rischia puni- zioni severe perché il creditore monopolista non ha nessun motivo per trattarsi e mostrarsi generoso o paziente nei suoi confronti: se il debitore non paga il creditore semplicemente minaccia violenza e punisce. Se invece le fonti di credito sono molte, e questo come abbiamo visto viene usato non tanto per fini di strozzinaggio ma per attrarre e legare a sé i clienti, allora il commissionario creditore ha un interesse a mostrare clemenza, evitando punizioni violente a dan- no dei debitori insolventi. Se non facesse così, la sua reputazione man- terrebbe lontani gli altri clienti che, temendolo, gli preferirebbero com-

² Di questo mercato e dei problemi di confronto con quello ortofrutticolo mi occupo in *The mafia: an economic theory*, Harvard, Harvard University Press, in preparazione.

missionari più tolleranti e meno violenti. Ciò fornisce un esempio che permette di capire analiticamente perché la democratizzazione del credito, soprattutto per le piccole attività economiche, è di fondamentale importanza per scoraggiare la violenza e, di conseguenza, le attività mafiose.

Con tutto ciò, vanno segnalate due eccezioni, l'una di costume l'altra più sostanziale, a questo processo di modernizzazione e pacificazione. Innanzitutto, le propaggini più estetiche e meno preoccupanti della cultura mafiosa non sono scomparse del tutto dal mercato ortofrutticolo: l'idioma della protezione, del rispetto, della determinazione (più aggressiva che levantina) negli affari, permane. I commissionari fanno opera di polizia reciproca all'interno dell'area del mercato, badando a che non vi siano furti o danni («così mi faccio bello agli occhi dell'altro»; «un mio impiegato ha dato otto schiaffi ad un facchino che aveva rubato due casse di arance con la speranza che l'altro reagisse per potergli dare una lezione più dura, ma l'altro non ha reagito»); badano a che i borseggiatori non sfilino i portafogli ai contadini per evitare di scoraggiarli e acquisire così rispetto. Con fine analogo i commissionari «più di rispetto» sono in grado di comporre le liti, che frequenti scoppiano tra i variopinti protagonisti del mercato, tutti sentiti in qualche modo come subalterni al prestigio dello scarista. Neppure in passato quando i compiti di questo tipo erano forse più prominenti erano comunque fatti direttamente per soldi, ma al fine esclusivo, economico anch'esso comunque, di acquisire prestigio. Tra il commissionario e i suoi dipendenti esistono veri e propri rapporti di squadra e i legami verticali vengono sottolineati con molta foga. I dipendenti difendono anche con la forza il commissionario da eventuali aggressori scontenti del servizio; giungono a battersi in sua vece, mentre egli evita di sporcarsi le mani.

In secondo luogo, sembra permanere un'area delle transazioni dove un sottoinsieme molto ridotto di commissionari — quelli cosiddetti «più di rispetto», cioè con maggiore anzianità, volume di affari e numero di dipendenti — si spartisce un mercato particolare sulla base di un accordo. Si tratta delle forniture appaltate da alcuni enti pubblici, quali, ad esempio, istituti, caserme e ospedali. Gli enti pubblici, quando agiscono in qualità di compratori, sono notoriamente distratti sia sulla qualità che sul prezzo; in più essi assegnano le forniture una volta ogni tanto per periodi lunghi sulla base di una gara di appalto, e non sulla base di una scelta continua e accurata. In breve, a differenza dei compratori privati — che rappresentano comunque il volume di affari complessivamente più grande per il mercato

— gli enti pubblici sono più facili da controllare, corrompere e incanalare verso il commissionario prestabilito.

Da quando l'uomo di rispetto che controllava il mercato negli anni cinquanta è morto, nessuno l'ha sostituito e i commissionari coinvolti in questo gruppo svolgono collettivamente il compito di proteggere i loro accordi. In genere alle gare pare si presenti un solo concorrente, visto che nessun membro di questo gruppo ristretto avrebbe interesse a invadere il territorio degli altri membri partecipando alle gare che non gli *appartengono*. La ritorsione non sarebbe necessariamente violenta ma con ogni probabilità consisterebbe semplicemente nella controinvasione delle gare d'appalto dell'invasore. Quanto agli esclusi — che sono la maggior parte dei commissionari — di tanto in tanto si fanno avanti *individualmente* e sfidano a parole i *fortunati* chiedendo loro se nel tal ente per caso non c'è un posto libero per una certa fornitura. L'invariabile risposta negativa è in genere più che sufficiente a scoraggiarli dall'insistere, ma se non basta i commissionari dell'oligopolio ristretto, *collettivamente*, sono in grado di mettere in atto sanzioni deboli ma efficaci all'interno del mercato stesso: rifiuto alla collaborazione, mancanza di controlli contro eventuali furti o danneggiamenti, e altre forme di ostracizzazione facilitate dalla prossimità in cui si lavora.

Finora quest'equilibrio ha retto per molti anni senza dar vita a conflitti aperti e violenti e può durare ancora per un periodo indefinito: come si sente ripetere spesso «al mercato c'è rispetto, non mafia». Eppure è facile capire che, a differenza dell'equilibrio concorrenziale, l'equilibrio di spartizione oligopolistica è molto più precario e alleva i germi del conflitto: gli esclusi potrebbero dar vita ad una nuova coalizione sfidando quella attuale, oppure un membro di quest'ultima potrebbe sviluppare un maggiore appetito e volere una fetta più grossa. *Rispetto* potrebbe rivelarsi solo come un modo per indicare *mafia* nei periodi di pace, quando tutti rispettano gli *accordi*.

Non è però automatico che il conflitto che ne dovesse seguire implichi per forza l'uso della violenza. La violenza è un'eventualità più remota che negli anni cinquanta, quando il mercato era interamente non concorrenziale: oggi soluzioni *soft* di questi conflitti sarebbero plausibili al mercato di Palermo come in ogni altro *normale* contesto di affari. La concorrenzialità della stragrande maggioranza delle transazioni ha abituato a condurre le attività economiche in maniera pacifica, ha promosso la ricerca di soluzioni più sofisticate e meno brutali e ha imposto di concentrarsi più sulla qualità del servizio che sul formare, mantenere o violare accordi. Non è tuttavia possibile esclu-

dere che qualora si stentasse a trovare una soluzione concordata all'ipotetico conflitto i protagonisti si troverebbero esposti alla tentazione di chiamare, a dirimere il conflitto, le imprese mafiose che, indipendentemente dal mercato, offrono a Palermo protezione violenta. Ciò non per una particolare predisposizione ontologica degli operatori del mercato di Palermo, ma semplicemente per via della prossimità geografica (e forse di cultura) a quelle imprese. A Trieste, poniamo, ad operatori legati da identici accordi oligopolistici e di predisposizioni del tutto simili ai loro colleghi di Palermo, mancherebbe non necessariamente la volontà, ma sicuramente l'opportunità di trovare così a portata di mano imprese di protezione di egual decisione e credibilità.

Anzi, nonostante sufficienti meccanismi interni al mercato di Palermo consentano al gruppo ristretto di commissionari di scoraggiare eventuali sfidanti, è legittimo supporre che l'aspettativa sia pur remota di un intervento delle imprese mafiose vere e proprie possa contribuire al permanere dell'equilibrio del *rispetto*.