Irrigazione

UNIVERSITÀ DI NAPOLI

Centro di Specializzazione e Ricerche Economico-Agrarie
per il Mezzogiorno

INDIRIZZI PRODUTTIVI E PROSPETTIVE DI MERCATO PER LA ZONA DI NUOVA IRRIGAZIONE DELL'ARCO IONICO - METAPONTO -

Parte quarta

Le prospettive di mercato

Portici 1962

Parte IV

LE PROSPETTIVE DI MERCATO

A. Relazione del Mercato con lo Sviluppo Economico

a cura di

Giovanni Coda-Nunziante Norman R. Collins

B. Il Mercato di alcuni Prodotti Agricoli

a cura di

Francesco de Stefano

A. Relazione del Mercato con lo Sviluppo Economico

a cura di

Giovanni Coda-Nunziante Norman R. Collins

Indice

IL MERCATO DEI PRODOTTI AGRICOLI: SUA RELAZIONE CON LO SVILUPPO ECONOMICO DI METAPONTO.-

I - INTRODUZIONE

Lo studio dello sviluppo economico della zona di Metaponto presenta grande interesse, in parte per la possibilità di prendere questa zona come esempio dei vari problemi che sorgono e delle possibilità che si presentano allorquando si voglia avviare e sostenere un processo di sviluppo economico accellerato in una regione sottosviluppata. Certamente la zona di Metaponto è anche interessante per se stessa. Essa sta rapidamente diventando una delle più importanti zone agricole dell'Italia Meridionale, sia per le favorevoli condizioni climatiche e pedologiche, sia per le ingenti trasformazioni dovute in primo luogo ai vari interventi pubblici, ed in secondo luogo ai notevoli investimenti privati. Ma questa zona può anche fornire una importante lezione per quanto riguarda il processo di formulazione e di attuazione di un programma di sviluppo per altre regioni, nelle quali se mai si troveranno condizioni meno favorevoli di quanto non siano quelle di Metaponto.

Nella seguente discussione noi vogliamo attirare l'attenzione sulla struttura ed organizzazione del mercato dei prodotti agricoli nel Metapontino. In particolare considereremo la situazione del mercato locale della frutta. Riporteremo dati anche se non completi, per mostrare in che modo è organizzato il mercato locale.

Ma il punto sul quale fermeremo maggiormente la nostra attenzione sarà lo studio della relazione esistente fra lo sviluppo di una efficiente ed adeguata organizzazione di mercato ed il processo di rapido sviluppo delle produzioni agricole di questa zona. Sosterremo perciò che nella formulazione di un piano di sviluppo per l'agricoltu-

ra non ci si potrà limitare a considerare progetti di bonifica, irrigazione, riforma agraria, costruzione di strade e ferrovie. Questi settori sono certo importanti, ed una prova di ciò ci è data dalla proporzione dei fondi che la Cassa per il Mezzogiorno ha investiti in progetti riguardanti tali infrastrutture. Ma non meno importanti devono essere considerati tutti gli incentivi e gli incoraggiamenti tendenti a modificare nel senso voluto la struttura ed i metodi di operare del meccanismo del mercato.

Lo studio di cui sopra dovrebbe appunto permetterci di giungere a delle considerazioni ed a dei suggerimenti sul come si potrebbe migliorare il meccanismo di mercato di Metaponto.

In altre parole il nostro fine è quello di determinare la relazione esistente fra la struttura del settore distributivo da una parte, il suo funzionamento ed i suoi risultati dall'altra, e quindi mettere in luce quali implicazioni per lo sviluppo di una regione, derivano dalla struttura di mercato in essa esistenti.

A. Mercato e Sviluppo Economico.-

E' in primo luogo necessario mettere in luce la relazione fra il settore distributivo e lo sviluppo economico, poichè abbiamo l'impressione che ad essa non sia data sufficiente importanza se non da parte degli studiosi, almeno da parte di coloro che hanno guidato ed appoggiato l'impulso straordinario allo sviluppo economico per il Mezzogiorno d'Italia. Per questa ragione ci pare utile dilungarci un pò sull'argomento.

Appare chiaro a tutti che ogni qual volta si prevede o si vuol indurre un certo cambiamento nel volume di produzione di un cer-

to settore, bisogna allo stesso tempo prevedere o pianificare cambiamenti corrispondenti nei settori che forniscono i fattori produttivi ed in quelli che domandano il prodotto finito del settore per il quale si vuole ottenere il cambiamento. Altrimenti si verificheranno strozzature che porteranno ad uno sviluppo rallentato ed a sprechi ingentissimi.

Ma non è sufficiente prendere in considerazione l'interdipendenza dei diversi settori produttivi. Lo sviluppo del settore della distribuzione è necessario per superare quell'intervallo che generalmente rimane fra la produzione ed il consumo. Il successo di un cambiamento produttivo è legato in definitiva alla abilità del settore distributivo nel collegare il produttore al consumatore.

Questa abilità ha due aspetti principali. In primo luogo, poichè la domanda alla produzione è una "domanda derivata" dalla domanda al consumo, a parità di condizioni, quanto più alti saranno i costi di distribuzione, tanto minore sarà il prezzo ricevuto dai produttori. Il livello della domanda alla produzione è quindi determinato dalla efficienza del sistema distributivo.

Ma vi è un altro aspetto che a noi pare anche più importante. Il benessere del produttore non dipende solo dal livello dei costi di distribuzione. Gli sforzi per diminuire questi costi hanno fatto trascurare il problema che i servizi forniti dal settore distributivo non devono necessariamente essere accettati così come sono. Può ben darsi che tali servizi dal punto di vista del benessere generale debbano essere in gran parte trasformati ed aumentati. Può sembrare un paradosso l'affermare che il produttore starebbe meglio se i servizi distributivi, essendo ben diversi da quelli che sono attualmente, comportassero un costo di distribuzione maggiore di quello attuale.

Eppure noi crediamo che una tale situazione sia molto più comune di quanto si creda.

Così per esempio la necessità di raggiungere mercati più lontani potrebbe portare ad un aumento dei costi di distribuzione, ma creare nuovi sbocchi ad un prodotto. Oppure un severo sistema di selezione e di tipizzazione potrebbe permettere la vendita del prodotto a prezzi tanto maggiori da più che compensare per l'aumento del costo di distribuzione relativo al nuovo servizio reso.

Dal punto di vista di un piano di sviluppo le implicazioni sono chiare. Lo sviluppo della produzione di una certa area può comportare un radicale cambiamento della organizzazione e struttura del settore distributivo. Bisognerà in questo caso prevedere misure ed incentivi tendenti ad ottenere la struttura ed organizzazione distributiva desiderata.

In pratica ogni qual volta si è cercato di indurre un forte sviluppo economico in una zona, l'attenzione è stata rivolta quasi esclusivamente agli investimenti nei settori produttivi. La difficoltà di operare cambiamenti in più settori alla volta ha portato poi a concentrare l'attenzione su pochi settori chiave, assumendo implicitamente che i cambiamenti negli altri settori sarebbero stati spontanei e nella giusta direzione. Se questo è stato il modo di affrontare il problema dello sviluppo per quanto riguarda alcuni settori produttivi rispetto ad altri settori produttivi, molto più a ben ragione ciò si può dire dei settori produttivi in generale rispetto al settore distributivo. In quei pochi casi in cui anche quest'ultimo settore è considerato, l'attenzione va principalmente alle attrezzature distributive, quali locali per mercato, impianti dove si operano selezioni, trasformazioni ecc. del prodotto. Ma il punto cruciale è in verità un altro,

cioè a dire la struttura ed organizzazione del mercato.

In poche parole potremo dire che lo sviluppo economico è stato visto dal pianificatore in termini fisici o quantitativi, invece che in termini organizzativi. Ma è proprio questo secondo aspetto che, almeno per il settore distributivo, riveste importanza determinante.

E prima di abbandonare l'argomento vorremmo ricordare che il settore distributivo è spesso considerato, e noi stessi in quanto detto più sopra lo abbiamo considerato in tal modo, come un settore che viene a rimorchio dagli altri e che deve essere tenuto in gran conto sola perchè sua arretratezza ha effetti nocivi sul bilanciato sviluppo dell'economia di una regione.

Non bisogna invece dimenticare che in certe circostanze il settore distributivo può essere quello che trascina gli altri settori; che questo settore può cambiare le posizioni relative di domanda ed offerta in maniera da incoraggiare fortemente lo sviluppo economico; e che una tale situazione è più comune di quanto non sembri, specialmente in zone arretrate e sottosviluppate.

B. Metaponto: Una situazione in rapida trasformazione.-

Alla luce di quanto detto fin qui veniamo a considerare il caso della zona di Metaponto. Ci pare che essa sia particolarmente adatta ad essere presa come esempio, non solo per lo straordinario sviluppo che sta sperimentando, ma perchè nella pianificazione di questo sviluppo forzato si sono seguiti i criteri a cui abbiamo accennatto più sopra, ed ogni giorno sembra farsi più chiara la coscienza dei pericolosi squilibri che possono verificarsi. In questa maniera quanto diremo per la zona di Metaponto avrà valore non solo limitatamente alla zona stessa,

ma potrà avere interesse generale, applicabile ad altre regioni e ad altre situazioni.

La velocità di sviluppo economico della zona di Metaponto è notevole, ne poteva essere altrimenti, dati gli investimenti operati.(1)

La rete stradale Nazionale è stata in gran parte costruita o migliorata nel dopoguerra. Ad essa si è affiancata l'opera dei consorzi di bonifica che hanno costruito nel comprensorio di Stornara 136 Km. di strade, e nel comprensorio di Metaponto 181 Km. Anche l'Ente Riforma ha costruito strade comparabili a quelle di bonifica (148 Km.) ed ha dato molto impulso alle strade interpoderali (50 Km.)

Riguardo alla irrigazione della zona sono stati costruiti nel comprensorio di Stornara 80 Km. di canali, ed in quello di Metaponto 250 Km. di canali, più una diga e due traverse. L'ampiezza di questi progetti è rilevante. Controllando le disponibilità di acqua, e con lavori di sistemazione si pensa di rendere ben presto irrigabili 75.000 ha ed irrigati 52.000 ha. La spesa per queste opere supera i cento miliardi.

Dal canto suo la Riforma ha espropriato 24 mila ettari, e ne ha assegnati 20 mila. Le case coloniche costruite (in parte da privati) superano le 2000. La spesa per queste opere supera i dieci miliardi.

Per quanto riguarda il mercato dei prodotti agricoli l'attenzione si è recentemente rivolta al miglioramento delle attrezzature, con la costruzione di Centrali Ortofrutticole, una già in via di completamento a Metaponto, ed un'altra a Taranto. Esse sono sorte per iniziativa di Consorzi di enti pubblici e privati.

---

(1) I dati che verranno citati qui di seguito sono ricavati dal rapporto: Metaponto Area Europea, Laterza, 1961.

La struttura produttiva della zona è molto cambiata in conseguenza delle possibilità create dagli investimenti pubblici sopra ricordati, e per effetto degli ingenti investimenti privati, per i quali ultimi l'aiuto dello Stato è, come tutti sanno, notevole. Dati precisi sulle superfici delle diverse culture sono difficili ad ottenere. Ma per dare un'idea dell'ordine di grandezze del fenomeno, ci pare interessante riportare le stime effettuate nello studio di base del rapporto Metaponto Area Europea, relative alle superfici delle varie culture nel 1957 ed alle previsioni per le stesse superfici nel 1965. (Tabella 1) Come si vede gli aumenti sono sempre notevole, persino superanti il 100%, ed abbiamo ragione di credere che queste ottimistiche previsioni verranno in alcuni casi superate dalla realtà.

Gli investimenti privati naturalmente non si limitano alle culture agricole, ma investono le costruzioni, le industrie di trasformazione dei prodotti agricoli o comunque legate all'attività agricola, e le altre industrie.

E' difficile dire se i cambiamenti nella struttura della produzione hanno avuto influenza sulle dimensioni della proprietà terriera. Certo la Riforma Agraria ha avuto come effetto la creazione di numerose proprietà di piccole dimensioni. Ma a parte l'effetto della Riforma la proprietà della terra tende ad essere suddivisa, e negli anni recenti si ha l'esempio di alcuni grandi e medi agricoltori che hanno venduto parte della loro proprietà per ottenere i capitali necessari a finanziare gli investimenti richiesti dalla trasformazione a cultura intensiva della rimanente parte della loro proprietà.

Poichè la distribuzione della proprietà condiziona il processo produttivo ed anche quello distributivo, specialmente negli sta

Tab. 1 - Superfici delle diverse culture nella zona di Metaponto

Culture	Zona Materana			Zona Tarantina			Totale		
	1957 ha	1965 ha	Aumento %	1957 ha	1965 ha	Aumento %	1957 ha	1965 ha	Aumento %
Culture orticole	4.000	6.000	50	5.000	8.000	60	9.000	14.000	56
Uva da tavola	150	150	-	1.500	3.000	100	1.650	3.150	91
Agrumi	1.600	2.600	63	900	3.000	233	2.500	5.600	124
Frutteti	1.800	2.800	56	100	500	400	1.900	3.300	74

Fonte: Metaponto Area Europea, Laterza, 1961.

di più vicini alla produzione, riteniamo interessante riportare alcuni dati derivati da indagini dei Consorzi di Bonifica.

DISTRIBUZIONE DELLA PROPRIETA'

(Numero di Aziende)

	Zona Tarantina (1)
Inferiori ad 1 ha.	2.960
Da 1 a 5 ha.	2.321
Da 5 a 10 ha.	621
Da 10 a 20 ha.	82
Da 20 a 50 ha.	57
Da 50 a 100 ha.	40
Da 100 a 250 ha.	21
Da 250 a 500 ha.	8
Superiori a 500 ha.	2

	Zona Materana (2)
Inferiori a 1 ha.	19.167
Da 1 a 6 ha.	9.125
Da 6 a 10 ha.	836
Da 10 a 25 ha.	653
Da 25 a 50 ha.	239
Da 50 a 100 ha.	154
Da 100 a 200 ha.	100
Oltre 200 ha.	64

(1) Zona Tarantina - Comuni di: Bernalda, Castellaneta, Ginosa, Massafra, Palagianello, Palagiano, Taranto.

(2) Zona Materana - Comuni di: Aliano, Bernalda, Colobraro, Montalbano, continua nota a pag. seguente

Come si vede, su un totale di 36.432 aziende ben il 96% di esse risulta inferiore ai dieci ettari. Bisogna quindi concludere che anche se la produzione commerciale può essere concentrata in maggior proporzione nelle aziende di dimensioni più grandi, una larga parte di questa produzione verrà prodotta in aziende piccole, e quindi in partite piuttosto modeste.

Per completare il breve quadro di quanto è stato fatto per lo sviluppo economico della zona di Metaponto, non devono infine essere dimenticati gli investimenti delle industrie controllate dello Stato nelle zone immediatamente adiacenti all'area da noi studiata, e che certamente faranno sentire la loro influenza sul settore agricolo che ci interessa particolarmente.

C. Dipendenza della Produzione Agricola dal Settore Distributivo.-

Il programma di sviluppo della zona di Metaponto è come si vede grandioso, ma il suo successo dal punto di vista agricolo dipende dall'adeguamento del settore distributivo. Questo settore, come vedremo, è ancora ad un livello primitivo, e gli sforzi fatti fin ora riguardano solo le attrezzature, che non sono a nostro parere, l'elemento determinante del cambiamento.

---

cont.nota pag.precedente

Montescaglioso, Nuova Siri, Pisticci, Pomarico, Rotondella, Santarcangelo, San Giorgio Lucano, Stigliano, Tursi, Valsinni. Nella zona Materana le aziende degli assegnatari della Riforma sono raggruppate a seconda dei centri aziendali, così da costituire solo undici aziende che vengono tutte a ricadere nelle classi superiori ai 100 ha.

L'effetto di ciò può essere grave. Per esempio pare che vi sia una tendenza per alcuni dei piccoli agricoltori recentemente creati nella zona, a dedicarsi alla produzione per l'auto-consumo invece che alle culture commerciali, e ciò per l'incertezza del piazzamento di questi ultimi prodotti. Una volta avvenuto questo cambiamento potrà essere più difficile indurre un movimento opposto verso una agricoltura commerciale.

E' sbagliato o almeno troppo ottimistico credere che al progresso produttivo debba seguire automaticamente un adeguamento del settore distributivo. Ci troviamo di fronte ad un circolo vizioso, poichè è anche vero che senza un adeguato mercato la produzione commerciale non avrà incentivo a svilupparsi, sia quantitativamente che qualitativamente.

Questo circolo vizioso può essere rotto solo per mezzo di uno sviluppo parallelo e bilanciato della produzione e del mercato, sviluppo che non avviene spontaneamente, ma deve essere preparato e pianificato. Ciò è particolarmente importante per i piccoli agricoltori e per gli assegnatari della Riforma che sono i più indifesi riguardo alle incertezze ed inefficienze del mercato. Ma su questo argomento ritorneremo in seguito.

A questo momento, invece, prima di continuare con lo studio particolare della zona di Metaponto, ci pare utile discutere in forma generale quali sono i punti da tener presenti in un qualsiasi programma di sviluppo del settore distributivo che tenga conto di quanto abbiamo detto più sopra.

In primo luogo bisogna aver chiaro quale è lo scopo del programma di sviluppo. Ammettiamo che esso sia l'aumento del reddito

pro-capite degli agricoltori di una certa zona. Se questo è lo scopo del programma, quali sono le mete da raggiungersi per il settore distributivo implicite nello scopo più generale del programma di sviluppo?

Se il programma di sviluppo non comporta alcun cambiamento sostanziale della struttura produttiva e di quella dei consumi, la meta per il settore distributivo potrebbe essere la riduzione dei costi dei servizi resi.

Ma se lo sviluppo comporta fondamentali cambiamenti nella produzione e nei consumi, la meta da raggiungere nel settore distributivo potrebbe essere quella di una struttura ed organizzazione di mercato che fornisca un nuovo più adeguato insieme di servizi, a dei costi minimi, per la nuova prevista combinazione di prodotti. E' possibile che questi nuovi costi di distribuzione siano più alti relativamente a quelli esistenti al momento di partenza.

Ma le due mete sopraelencate sono entrambe in termini di costi, ed a noi pare che una miglior formulazione degli scopi che ci prefiggiamo per il settore distributivo sia non in termini di costi, ma piuttosto in maniera che risulti chiaro il ruolo non solamente passivo, ma anche attivo che il mercato assume nel processo di sviluppo. Con questo in mente la meta che bisogna prefiggersi riguardo al settore distributivo può essere a nostro parere, così formulata. Bisogna tendere ad una struttura ed organizzazione di mercato che abbia caratteristiche tali da non ostacolare, ma anzi da favorire il raggiungimento del tasso di sviluppo della produzione e del consumo previsto nel programma generale di sviluppo.

Dopo quanto abbiamo detto pensiamo che questa formulazione non richieda alcun ulteriore chiarimento, ma non vorremmo che un lettore affrettato la consideri banale per la sua generalità; e veniamo per-

ciò a considerare quali sono le implicazioni di essa in un piano di sviluppo.

Può ben darsi che la miglior decisione riguardo al settore distributivo sia quella del non intervento, se la situazione sembra mostrare che esso non sarà di ostacolo allo sviluppo degli altri settori. Così per esempio se il mercato di un certo prodotto appare efficiente, e la combinazione dei servizi resi adeguata alle moderne necessità, si può prevedere che un aumento della produzione del prodotto stesso o di altri analoghi, sarà facilmente assorbito ed incanalato dalla esistente organizzazione commerciale.

Anche nel caso di produzioni nuove, se il processo produttivo richiede una impresa di larga mole, è probabile che questa impresa sarà in condizione di sviluppare la sua propria organizzazione distributiva in maniera efficiente e moderna. E' chiaro che questo caso è molto poco probabile nel campo della produzione agricola, ma può presentarsi per alcune industrie alimentari collegate con l'agricoltura. In questo caso un intervento riguardo al settore distributivo non sembra necessario, e l'attenzione potrà concentrarsi sugli interventi nel settore produttivo.

Ma nella maggior parte dei casi una politica di non-intervento non sarà adeguata perchè non si potrà in verità prevedere che il settore distributivo si sviluppi automaticamente. In questo caso per decidere sul da farsi bisognerà studiare quali sono gli ostacoli che impediscono o ritardano l'adeguamento del settore distributivo, ed una volta individuati questi ne scaturiranno le misure atte a correggere le insufficienze e le lacune esistenti.

D. Miglioramenti del Sistema di Mercato.-

Non è possibile indicare in via teorica dei suggerimenti che abbiano valore generale nelle diverse situazioni che si possono riscontrare nelle regioni ad economia sottosviluppata. Purtuttavia dai numerosi studi su questo argomento (1) possiamo individuare un certo numero di miglioramenti che non solo sembrano essere necessari in via generale, ma che sono anche di natura tale da richiedere una azione pubblica diretta per poter essere attuati.

Un primo esempio di ciò ci è dato dai miglioramenti di alcune pratiche del sistema distributivo, un particolar modo per quanto riguarda i sistemi di gradazione delle qualità, l'uso di standard selettivi, e alcune pratiche contrattuali. Una semplificazione di questa materia avrà come effetto di rendere più facile il processo di negoziazione e le transazioni in genere, permettendo quindi un notevole risparmio. D'altra parte in molti casi è chiaro che i miglioramenti in questione richiedono una azione pubblica di incoraggiamento che abbracci interi settori produttivi, poichè gli incentivi all'azione individuale sono in-

(1) Vedi p.esempio: Abbott, J.C., "The Role of Marketing in the Growth of Agricultural Production and Trade in Less Developed Countries", Monthly Bulletin of Agricultural Economics and Statistics (F.A.O.), Vol.IX, Sept. 1960, pp. 1-7; Holton, R.H., "Marketing Structure and Economic Development", Quarterly Journal of Economics, Vol.LXVII, August 1953, pp. 344-361; Bauer, P.T. and B.S. Yamey, "Economics of Marketing Reform", Journal of Political Economy, Vol.LXII, June 1954, pp. 210-235.

sufficienti per permettere ad un privato di operare tali cambiamenti.

Legata a quanto detto più sopra è la necessità di modificare la legislazione e le usanze che hanno come effetto di limitare la concorrenza, come possono essere sistemi antiquati di dazi, di licenze di leggi discriminatorie che possono ritardare la comparsa sul mercato di imprese di dimensioni efficienti.

Un altro servizio necessario allo sviluppo del mercato è quello delle informazioni commerciali. Un servizio di tal genere potrebbe essere sviluppato cooperativamente, ma ciò avviene di rado, ed è molto spesso nuovamente lo Stato che deve organizzarlo quale incentivo allo sviluppo di un efficiente organizzazione di mercato.

Di importanza preminente è poi la disponibilità di capacità imprenditoriali, mancando la quale anche con abbondanza di capitali avverrà che questi capitali saranno impiegati in investimenti che non richiedono particolare impegno da parte del proprietario, invece che essere rischiati in qualche nuova iniziativa. Riguardo a questo fattore imprese private possono fare qualcosa, ma è più lo Stato che curando con un programma a lunga scadenza l'istruzione e l'informazione sui problemi di attualità, può ovviare a questi inconvenienti.

In ultimo bisogna ricordare che i cambiamenti del settore distributivo sono fra di loro dipendenti a diversi livelli del canale di mercato. Non si potranno in molti casi introdurre innovazioni senza aver in qualche modo un controllo, o almeno poter contare su cambiamenti adeguati negli anelli successivi della distribuzione. In altre parole il considerare il mercato al livello locale non è sufficiente, se non si può contare su di una organizzazione sulle altre piazze di consumo, e talvolta dei consumatori stessi, che sia pronta a ricevere il

nuovo prodotto. Tipico è il caso ben noto dei succhi congelati, che richiedono speciali mezzi di trasporto, speciali attrezzature per la vendita ed infine disponibilità di conservazione da parte dei consumatori. In tali casi accordi privati possono far superare l'ostacolo, ma anche lo Stato con attrezzature e regolamenti può esplicare una azione favorevole.

Da quanto detto sopra deriva che nella maggior parte dei casi non si può assumere che i cambiamenti necessari nel sistema distributivo perchè non si abbiano strozzature, avvengano automaticamente allorquando negli altri settori e specialmente in quello della produzione si verificheranno gli sperati cambiamenti.

D'altra parte il settore "mercato" ha delle caratteristiche proprie che lo distinguono dagli altri settori. Non si tratterà in molti casi di costruire nuovi impianti o di migliorare e modernizzare le attrezzature esistenti. Questa parte ha la sua importanza, ma spesso è ancora più importante la trasformazione della struttura e della organizzazione del mercato stesso. E questa è una meta molto più difficile da raggiungere.

I miglioramenti del settore distributivo a cui abbiamo accennato in via generale più sopra, sono un esempio di ciò poichè non riguardano la costruzione di stabilimenti, ecc., ma bensì la prestazione ed organizzazione di servizi.

Riguardo ai cambiamenti della struttura del mercato è evidente che non si possono dare delle regole generali. Sarà invece necessario uno studio approfondito della situazione particolare per arrivare alla determinazione più o meno precisa della struttura necessaria ad assolvere i nuovi compiti, ed in seguito, tenendo conto della strut

tura esistente, determinare i provvedimenti atti ad indurre i cambiamenti voluti.

Avendo discusso in generale i problemi di sviluppo del settore distributivo, è ora tempo di passare allo studio del caso specifico di Metaponto. Dovremo in primo luogo accertare i vari aspetti della situazione attuale di questa zona, in secondo luogo determinare quale funzione principale deve espletare il settore distributivo nel processo di sviluppo, ed arrivare così a determinare i cambiamenti che sembrano necessari. In ultimo cercheremo di suggerire provvedimenti concreti per facilitare ed indurre tali cambiamenti. Nella nostra discussione non dimenticheremo però che il nostro scopo non è quello di studiare Metaponto solo per se stesso, ma anche per i suggerimenti che uno studio simile può fornire per lo sviluppo economico di altre zone.

II - LA STRUTTURA DEL MERCATO DI METAPONTO

A. Figure di Mercato ed Attrezzature.-

Per poter capire la struttura del mercato ortofrutticolo di Metaponto bisogna in primo luogo individuare le diverse specie di operatori che operano in questo mercato.

a) Piccoli operatori locali. Sono in genere della zona Tarantina. Il loro numero si aggira sui 20-30. Le loro dimensioni sono piccole e spesso essi non dispongono dei magazzini o dell'attrezzatura per trattare il prodotto che comprano. In generale essi agiscono per conto di imprese più grosse che pur essendo al di fuori della zona mantengono il contatto attraverso questi piccoli operatori. Alcuni agiscono per conto proprio, ma in questo caso essi sono in generale degli speculatori che operano saltuariamente quando si presenta la buona occasione e facilmente sono costretti ad uscire dal mercato quanto l'occasione si rivela cattiva. Non hanno riserve nè possono lavorare o spedire il prodotto con quella accuratezza e quei bassi costi che derivano dalla pratica, dagli impianti moderni e dalle relazioni costanti con i mercati di consumo. Per questa ultima ragione e data la limitata conoscenza dei mercati il loro rischio è forte. Gli agricoltori non sono quindi sempre disposti a servirsi di loro per il rischio che questo comporta. In generale la occupazione principale di questi piccoli operatori sia di quelli che lavorano in proprio, sia di quelli che agiscono per conto di terzi, è un'altra o varie altre. La loro saltuarietà fa si che il piccolo proprietario non è mai sicuro di trovare un compratore per

il suo prodotto al momento del raccolto, nè sa a chi rivolgersi per iniziare trattative. E' difficile dire quali sono le dimensioni medie di tali operatori. I più si limitano a trattare pochi vagoni ferroviari di merce all'anno, a meno che non agiscano da intermediari per altre ditte più grosse, nel qual caso la quantità trattata può essere ben maggiore.

b) Piccoli operatori non locali. Sono quasi sempre speculatori, che magari hanno solo la necessità di trovare un carico per il viaggio di ritorno del loro camion. Tutti i difetti della saltuarietà della loro azione sono quindi aumentati. Spesso hanno come loro sbocco alcuni mercati minori del centro-nord, o mercati più grossi quali Napoli, Bologna. Questa figura di mercato interessa principalmente il commercio dei cavolfiori e dei carciofi.

c) Medi operatori locali. Sono in numero piuttosto basso, probabilmente non più di sei o sette e localizzati generalmente nel lato tarantino (Ginosa, Palagiano, Massafra, Taranto). Hanno in generale dei locali di deposito dove eseguono anche la lavorazione del prodotto con attrezzature poco costose e con largo uso di mano d'opera. Le loro dimensioni sono difficili a stabilirsi anche perchè variano. Potranno spedire intorno ai 50 vagoni per stagione. Talvolta non trattano solo un prodotto, ma per esempio lavorano agrumi in inverno e poi uva da tavola in estate. Spesso sono anche proprietari agricoli e l'occupazione commerciale è solo secondaria. Le dimensioni sono spesso limitate dal numero dei familiari. Così può avvenire che un operatore si limiti a spedire su di un solo mercato di consumo in Italia perchè non ha un membro della famiglia da mandare su altre

piazze a curare i propri interessi. L'idea di affidarsi ad altri per tale servizio sembra loro troppo rischiosa. Possono spedire il prodotto con etichette che portano il proprio nome, oppure indicanti la sola origine in maniera che la stessa confezione possa essere usata da altri compratori più grossi. In generale sono già stati negli affari per un certo numero di anni (5-6), benchè vi sia stato un ricambio con ditte che sono fallite o nuovi operatori entrati negli anni più recenti. Sono in contatto con i mercati del nord, dove hanno dei rappresentanti, quasi sempre persone di famiglia. Esportano anche all'estero. Essendo stabili in un posto è possibile ai produttori locali di rivolgersi a loro in caso di necessità di vendita. Di ciò essi prendono vantaggio. Spesso alcuni proprietari anche di larghe dimensioni vendono il loro prodotto a questi operatori in maniera abituale ogni anno.

Locali operatori di larghe dimensioni non esistono, eccezione fatta per il pomodoro per il quale esiste una antica ditta conserviera che opera sia sul mercato nazionale sia per l'esportazione.

d) Grosse ditte non locali. Per gli ortofrutticoli sono in generale delle zone di Bari, Lecce o Bisceglie, anche se talune di queste dipendono da ditte del Centro o Nord Italia. Il loro numero si aggira sulle 4-5.

Per quanto riguarda gli agrumi le ditte provengono invece dalla Sicilia o dalla Calabria, anche qui in numero molto limitato (2-3). Esse però non sono venute a Metaponto regolarmente ed in qualche anno il mercato ha dovuto basarsi solo sui commercianti locali. Per i pomodori alcune ditte conserviere di Napoli o Salerno sono anche venute a fare dei carichi saltuari nella zona.

Tutte queste grosse ditte non hanno attrezzatura o impianti fissi nella zona. Spesso, come nel caso dell'uva da tavola, portano il prodotto ai loro magazzini di lavorazione nella zona di origine. Altre volte la lavorazione avviene sul posto usando magazzini dei piccoli operatori locali con i quali queste imprese sono collegate. Talvolta poi le ditte fittano dei locali di deposito per la stagione di lavorazione e lavorano il prodotto con attrezzature molto semplici e largo uso di mano d'opera. Vi è il caso poi di alcuni grossi agricoltori che possiedono locali e attrezzature per la lavorazione sul fondo, e li fittano ai compratori del prodotto che sono ben lieti di trovare questi servizi già belli e pronti e quindi hanno anche una preferenza per tali partite. Per il momento nessuna di queste grosse ditte si è trasferita nella regione di Metaponto, giustificando questo fatto con la quantità prodotta a loro avviso ancora insufficiente.

Queste imprese operano già da molti anni nelle zone di origine. Esse spediscono il prodotto in confezioni che portano il loro nome ed hanno loro rappresentanti sulle maggiori piazze italiane ed anche estere.

I grandi commercianti trattano direttamente solo per partite abbastanza larghe, mentre per partite più piccole operano attraverso i piccoli intermediari locali.

c) Produttori commercianti. E' questo uno dei gruppi più interessanti entrato solo recentemente sul mercato. Si tratta di larghi produttori che non avendo contatti continuativi con compratori, non potendo inviare il loro prodotto ad un mercato locale che non esiste, hanno

iniziato a spedire camion o carri ferroviari per proprio conto sui mercati di consumo (specialmente Bologna). Avendo avuto qualche successo hanno insistito su quella strada, incontrando anche insuccessi che hanno scoraggiato taluni ed hanno indotto altri ad organizzare meglio questo servizio. I produttori che hanno tentato questa via sono stati parecchi. Probabilmente una quindicina. Attualmente i proprietari che spediscono i propri prodotti direttamente saranno cinque o sei, sia della zona Tarantina che di quella Materana. I prodotti spediti sono principalmente cavoli, cavolfiori e carciofi, più raramente lattuga. Questi agricoltori si appoggiano generalmente a commissionari sulle piazze del Centro-Nord. Altre volte invece vanno direttamente ai Mercati Generali dove vendono al migliore offerente. La spedizione diretta è in generale una via di ripiego a cui si ricorre nel caso che i compratori non arrivino sul fondo o che il prezzo locale sia troppo basso. Avviene perciò in maniera molto saltuaria. Il mezzo di trasporto è generalmente il camion data appunto la saltuarietà e il carattere improvviso della decisione di ricorrere a questo mezzo. La lavorazione del prodotto è nulla o molto primitiva. Non sono usate speciali confezioni o etichette.

Diverso è il caso di alcuni produttori che hanno fatto del commercio dei prodotti una loro attività primaria. Molto interessante da questo punto di vista il caso di una ditta di Palagianello che lavora e spedisce anche prodotti di terzi. Tale ditta dopo aver spedito i suoi prodotti per alcuni anni, recentemente ha intrapreso la lavorazione e spedizione per conto terzi, agendo come una commissionaria che paga i prezzi realmente spuntati sul mercato per la partita, meno il costo dei servizi resi.

Per assicurarsi una continuità di lavoro ed un certo volume di prodotto questa ditta fa dei contratti con altri produttori, spesso dando le sementi ed anche assistenza tecnica. Tale ditta ha in progetto di estendere questo servizio a molti prodotti orticoli di qualità selezionata. I contratti già fatti interessano non solo la zona Tarantina, ma anche alcuni larghi proprietari della zona Materana. Inoltre la ditta tratta larghe quantità di agrumi. Le attrezzature sono molto più moderne delle altre ditte locali. Per la lavorazione di alcuni ortaggi la mano d'opera specializzata viene importata per la stagione dal Centro-Nord ed insegna la lavorazione alla mano d'opera locale. Le confezioni sono accurate e portano il nome della ditta. La ditta ha rappresentanti sulle principali piazze ed è anche in contatto con società tedesche.

f) Produttori dettaglianti. I piccoli produttori che vendono al dettaglio sono quasi inesistenti. Vogliamo ricordarli solo in relazione al fenomeno che si verifica specialmente nella zona al confine con la Calabria in cui le nuove ed ancora quantitativamente non molto importanti produzioni di frutta (specialmente agrumi, pesche ed in misura minore l'uva) vengono in gran parte vendute agli automobilisti che transitano sulla Litoranea Jonica. La vendita avviene in capanne di paglia o frasche in cui il prodotto è messo in bella mostra lunto la strada.

g) Cooperative. La Cooperazione nel Metapontino è molto poco sviluppata, sia dal lato della compera dei fattori produttivi, che per quanto riguarda la vendita dei prodotti. Esiste una cantina cooperativa nel territorio di Bernalda. Vi sono alcuni centri di raccolta del latte. Ma

a parte questo a nostra conoscenza non vi sono altri esempi di cooperative interessanti gli ortofrutticoli, eccezion fatta per le cooperative dell'Ente Riforma. Riguardo le cooperative dell'Ente Riforma esse sono da una parte del genere di cooperative per l'acquisto di fattori produttivi per gli assegnatari ed anche per l'esecuzione di lavorazioni del terreno, specialmente usate nella zona Covone-Scanzano. D'altra parte vi sono le cooperative della zona ad indirizzo ortofrutticolo che si interessano di questi prodotti. Tali cooperative non sono in verità organizzazioni molto attive. Talvolta gli assegnatari si limitano ad usarne i locali come deposito, talvolta vi fanno una prima lavorazione del prodotto con l'assistenza dei tecnici della Riforma. Ma a parte il caso di alcune produzioni di primizie per le quali l'Ente Riforma ha cercato di trovare il piazzamento sul mercato, primizie che spesso venivano prodotte in via sperimentale e dimostrativa dall'Ente stesso e non dagli assegnatari, non accade di frequente che la cooperativa si occupi di raccogliere il prodotto di molti assegnatari e poi si prenda cura del suo piazzamento e vendita.

In via generale sono gli assegnatari che vendono direttamente a compratori le partite singole. Anzi vi sono alcuni assegnatari che hanno venduto il loro prodotto attraverso la ditta di Palagianello, menzionata più sopra, ed hanno sottoscritto contratti di produzione con la ditta stessa.

h) Conservifici. L'unico esistente già dal principio del secolo si trova sulla riva del fiume Lato e si occupa quasi esclusivamente di pomodori, che raccoglie in massima parte per contratti ante-semina in tutta la zona di Metaponto e anche in Calabria. La stagione va dalla metà di Luglio cominciando con i pomodori di Massafra e di Palagiano, fino

a fine Settembre con i pomodori Calabresi. La capacità dell'impianto è sui 1500 Q.li al giorno di conserva e 300 Q.li di pelati, ma è in progetto un ampliamento che dovrebbe raddoppiare la capacità. Il progetto dovrebbe anche includere la lavorazione di ortofrutticoli da conservare come pesche, carcioci, carote, piselli, fagiolini, per una quantità ancora imprecisata. Il prodotto dovrebbe essere confezionato in scatole o in grossi mastelli. A parte questo Stabilimento nella zona, vi sono altri conservifici verso Bari, che vengono a comprare prodotti nella zona di Metaponto, ma in generale in piccole quantità e operando attraverso piccoli operatori locali. Nella zona di Policoro è stato recentemente costruito un conservificio, che però non è mai entrato in funzione.

i) Centrali ortofrutticole. A Metaponto è già in avanzata costruzione una centrale ortofrutticola che dovrebbe entrare in funzione entro questo o al massimo entro l'anno prossimo. La centrale sorgerà per iniziativa di un consorzio formato da enti quali l'Ente Riforma, il Consorzio di Bonifica, la Camera di Commercio. Le prestazioni della Centrale sono previste come segue:

- Capacità di lavorazione (giorno)	q.li	1.000
- Capacità di prerefrigerazione (giorno)	"	1.000
- Capacità di produzione ghiaccio (giorno)	"	200
- Capacità di conservazione e sosta temporanea(giorno)	"	20.000
- Carri frigoriferi in spedizione (giorno)		10

Non ci è stato possibile accertare come sarà gestita la Centrale, se cioè essa si limiterà a mettere a disposizione degli interessati la sua attrezzatura, o se lavorerà e spedirà i prodotti per conto terzi, o se infine prenderà o no cura anche della vendita dei prodot-

ti. Tale incertezza desta molte preoccupazioni da parte dei produttori che abbiamo avvicinato e che si sono mostrati sempre molto interessati alla Centrale.

Un'altra Centrale Ortofrutticola è in progetto (ormai in fase di realizzazione) a Taranto. Essa sorge per l'iniziativa della Camera di Commercio e di altri Enti. Le sue dimensioni saranno approssimativamente le seguenti:

- Prodotti lavorati (giorno)	q.li.	1.000
- Prerefrigerazione (per spedizione) (giorno)	"	400
- Prerefrigerazione (per conservazione)(giorno)	"	600
- Capacità cella frigorifera	"	19.000
- Capacità disinfestazione ecc. (giorno)	"	20.000
- Produzione di ghiaccio (giorno)	"	100
- Carri frigoriferi in spedizione (giorno)		5

La Centrale fornirà tutti i servizi necessari, sia a produttori che commercianti, per la lavorazione, conservazione e spedizione di prodotti ortofrutticoli. Non si occuperà però del piazzamento o della vendita del prodotto.

1) Mercati Generali. La città di Taranto è sprovvista di mercato generale. Essa viene rifornita da commercianti che si recano a comprare sul fondo o in altri mercati. E' invece più importante il mercato di Palagiano che rappresenta, a nostra conoscenza, l'unico punto di incontro fisso fra produttori e commercianti. Le dimensioni di questo mercato sono però relativamente limitate, e non è raro vedere lunghe file di carri o altri mezzi che aspettano per entrare nel mercato stesso. Avviene così che spesso la compera del prodotto ha luogo prima che i carri raggiungono

il mercato.

Altra conseguenza della limitatezza del mercato è la possibilità di manovre speculative da parte dei commercianti che si accordano per far precipitare i prezzi e poi comprare a prezzi bassi.

B. Specializzazione, Integrazione e Pratiche Commerciali.-

Dopo aver descritto le figure degli operatori che operano al livello delle prime fasi della distribuzione dei prodotti ortofrutticoli di Metaponto, e gli impianti ed attrezzature esistenti o in progetto, veniamo ora a parlare, nell'ordine, della specializzazione per prodotti degli operatori, della loro integrazione con produttori o grossisti e dettaglianti e delle pratiche usate nella compera del prodotto, della destinazione del prodotto e dei mezzi di trasporto.

a) Specializzazione degli operatori. In generale la specializzazione degli operatori riguardo ad un solo prodotto non è molto diffusa. Fa eccezione qualche produttore commerciante che spedisce il suo proprio prodotto. Anche una eccezione è rappresentata dal conservificio, di cui abbiamo parlato in precedenza, che ha trattato fin ora quasi esclusivamente pomodori. Ma anche in questi due casi pare che vi sia una tendenza a passare ad un numero di prodotti invece che specializzarsi in uno. Così i produttori commercianti dopo aver operato per qualche stagione o finiscono per ritirarsi o cominciano a espandere il loro commercio includendo altri prodotti e lavorando il prodotto di terzi. Per quanto riguarda il conservificio abbiamo accennato al progetto di estendere la lavorazione ad altri ortofrutticoli.

Gli operatori che abbiamo incontrato spiegavano questa tendenza con la possibilità di allungare la stagione della lavorazione ed

in questa maniera da una parte si sfrutterebbero di più gli impianti, dall'altra si formerebbe più facilmente una mano d'opera specializzata che avrebbe impiego per quasi tutto l'anno.

Contrario al fenomeno di cui sopra è quello dei piccoli commercianti locali, che non avendo quasi impianti o attrezzature e lavorando il prodotto in maniera molto primitiva, tendono a specializzarsi nei prodotti che sono meno rischiosi, per esempio abbandonando l'uva da tavola per specializzarsi nei soli agrumi.

b) Integrazione. L'integrazione più o meno stretta fra produttori e commercianti si è andata sviluppando in alcuni casi, ma rimane ancora molto bassa. L'Ente Riforma distribuisce sementi e concimi agli assegnatari, ma poichè in generale non si occupa della vendita dei prodotti, non possiamo chiamare questa vera e propria integrazione.

Un accenno ad integrazione compare nel caso di alcuni produttori che per abitudine vendono i loro prodotti allo stesso commerciante. Ma anche in questo caso non vi è nessun contratto o accordo nè quindi finanziamento o controllo della quantità e qualità del prodotto.

Esiste integrazione invece nel caso del conservificio che ottiene la più gran parte dei suoi pomodori attraverso contratti. Questi sono stipulati prima della semina per mezzo di un tecnico del conservificio. Agli agricoltori viene fornito il seme, l'ettaraggio è determinato, spesso anche il prezzo viene fissato, un certo finanziamento viene concesso in forma di fertilizzanti, ed anche assistenza tecnica viene fornita.

Altro esempio di integrazione è quello del produttore-commerciante della zona di Palagianello, a cui abbiamo accennato prima. Anche qui i contratti sono stipulati prima della piantagione con produttori scel-

ti per la loro serietà. La qualità viene controllata fornendo il seme e controllando l'esecuzione dei lavori durante la crescita della pianta. I prezzi non vengono stabiliti, poichè come abbiamo detto, la ditta si limita a vendere per conto dei produttori.

In ultimo dobbiamo citare come caso di integrazione fra produzione e distribuzione quello dei proprietari che spediscono i loro prodotti direttamente sulle piazze del Centro-Nord.

In quanto alla integrazione fra produttori e commercianti locali, con altri mercati o con operatori grossisti o dettaglianti, essa è anche in genere poco sviluppata. Abbiamo visto il caso dei piccoli commercianti locali che operano per conto di ditte più grosse localizzate per la maggior parte nella zona Bari, Lecce, Bisceglie, ed anche per gli agrumi in Calabria e Sicilia.

Vi sono poi i medi e grandi commercianti locali che hanno in generale un rappresentante sui mercati del Centro-Nord, oppure si servono di un commissionario che opera sui Mercati Generali di queste piazze, e che riceve una commissione oscillante dal 6 al 10%. Alcuni commercianti locali hanno propri posteggi sui Mercati Generali del Centro Nord.

In quanto ai produttori che spediscono direttamente, anche essi si servono in genere di commissionari ma talvolta spediscono sui Mercati Generali senza appoggiarsi ad alcuno e vendono la merce come meglio possono.

Deve essere poi citato il caso del Conservificio, che ha recentemente stabilito rapporti con una catena di supermercati del Centro-Nord, realizzando perciò un canale quasi perfettamente integrato dalla produzione fino al consumo.

c) Pratiche di mercato. Riguardo alle pratiche usate nella compera e nella distribuzione dei prodotti ortofrutticoli, si potrebbe scrivere molto. Ci limiteremo ad una rapida rassegna di quelle che ci paiono più importanti dal punto di vista del nostro studio.

In generale il prodotto viene acquistato al momento del raccolto o poco prima. Fanno eccezione i casi di contratto pre-semina che abbiamo indicati a proposito della integrazione. Due sono le maniere di acquistare il prodotto: a campo o a peso (o numero a seconda dei prodotti).

Nel caso si compri a campo il compratore diventa proprietario di tutto quanto il prodotto di un certo appezzamento. Sono a suo carico la guardiania, altre eventuali operazioni, ed in generale la raccolta, anche se quest'ultima può venir eseguita in alcuni casi del produttore. Il pagamento non avviene tutto insieme, ma in generale i versamenti sono in relazione a quanto viene raccolto, così che il produttore viene ad essere garantito contro eventuali insolvenze dal prodotto che è ancora sul campo. Nel caso di gravi danni specialmente atmosferici, o di una brusca caduta di prezzi, questa garanzia si rivela talvolta insufficiente e le rimanenti rate non vengono pagate. Ciò specialmente con i piccoli compratori che non hanno sufficiente riserva e non devono difendere il buon nome di una ditta affermata.

Nel caso di compera a peso la raccolta può essere eseguita sia dal produttore che dal venditore. Salvo diversi accordi tutto il prodotto viene ritirato dal compratore senza operare una scelta. Man mano che il prodotto viene ritirano esso viene pagato secondo il prezzo unitario che è stato stabilito. In generale il trasporto del prodotto ai magazzini di lavorazione è eseguito dal compratore.

Il contratto può essere scritto o no. In generale il primo caso è più frequente per i larghi produttori. Nel caso dei piccoli commercianti non locali che scendono con i camion nella zona, l'accordo, la raccolta ed il pagamento avvengono nel giro della stessa giornata.

Abbiamo già detto che la lavorazione di molti prodotti avviene al di fuori della zona. La parte che viene lavorata nel Metaponti no riceve una lavorazione piuttosto semplice con molto uso di mano d'opera. Possono venir usate confezioni portanti il nome del commerciante, ma altre volte le etichette indicano solo l'origine del prodotto così che possono essere distribuite da altre ditte più grosse ed esportate senza cambiare confezione. La lavorazione consiste principalmente nella selezionatura del prodotto a seconda delle dimensioni e talvolta del peso.

Alcuni prodotti orticoli richiedono confezioni più accurate. Abbiamo ricordato il caso della ditta di Palagianello che importa mano d'opera del Nord per effettuare la lavorazione specialmente dei cavolfiori. Tale ditta spedisce sempre con il proprio nome. Per il prodotto che viene spedito all'Estero l'I.C.E. opera un controllo dei vagoni ferroviari al momento della partenza, ed applica il sigillo agli stessi.

d) <u>Mercati di sbocco</u>. Riguardo agli sbocchi di mercato per il prodotto di Metaponto dobbiamo distinguere i mercati locali, primo fra tutti Taranto, e quelli nazionali ed internazionali. Il mercato di Taranto è un mercato di consumo abbastanza importante. Non vi sono Mercati Generali dove i produttori possono portare il prodotto. In generale sono i commercianti stessi che riservano una parte del prodotto, di solito una

parte di qualità inferiore e più deperibile, a questo mercato.

Una porzione del prodotto va poi ai mercati nazionali. Poco a Bari, Napoli o Roma. In generale abbiano riscontrato un unanime preferenza per il mercato di Bologna. Questa preferenza dei commercianti di Metaponto ci è stata spiegata col fatto che i Mercati generali di Bari, Napoli e Roma, sono mercati molto mal organizzati nei quali bisogna avere una posizione o appoggiarsi a operatori locali perchè il rischio non sia troppo alto. Su tali mercati è poi molto forte la concorrenza dei produttori locali. Anche i produttori-commercianti di Metaponto spediscono il loro prodotto sulla piazza di Bologna.

Un'ultima parte del prodotto del Metapontino è destinata al mercato estero, specialmente alcune primizie. La spedizione può avvenire direttamente oppure per smistamento di vagoni spediti sulle piazze di Bologna, Torino, ecc.

E' difficile a questo momento dare una sia pur approssimata stima della proporzione del prodotto che viene destinata ai mercati nazionali e di quella che viene esportata. Il problema merita di essere approfondito in uno studio susseguente. Più oltre vedremo invece di arrivare ad una stima della parte di prodotto che va al consumo locali e di quella che viene spedita al di fuori della zona. A questo fine potrà riuscire utile una indagine in corso da parte del Consorzio di Bonifica di Matera, sulla destinazione dei prodotti della zona Materana.

c) Mezzi di Trasporto. Riguardo ai mezzi di trasporto usati bisogna distinguere fra i prodotti che vengono spediti sui mercati nazionali oppure esteri da una parte, e dall'altra parte fra i prodotti che richiedono refrigerazione o no. I prodotti per l'esportazione e quelli che hanno bisogno di refrigerazione usano quasi esclusivamente mezzi ferroviari. Bisogna però notare che almeno fin ora l'ammontare di prodotto spedito sotto refrigerazione dalla zona di Metaponto è minimo. Poichè i vari operatori non sembrano ritenere che la disponibilità di carri refrigerati o frigoriferi abbia costituito una limitazione al loro uso, dovremmo concludere che per le loro caratteristiche tecniche i prodotti non richiedono refrigerazione.

D'altra parte poichè i prodotti vengono spesso portati nella zona di Bari e Bisceglie per la lavorazione e spedizione, è in questa zona che bisogna studiare gli effetti della disponibilità di una catena del freddo.

Un mezzo di trasporto che va sviluppandosi molto è il camion. La flessibilità di tale mezzo permette di far arrivare entro 24 ore il prodotto sulle principali piazze del Centro-Nord, prima fra tutte come abbiamo già detto, Bologna. Alcuni proprietari e commercianti ci hanno fatto notare a questo riguardo quanto più importante sarebbe per loro il collegamento attraverso una superstrada adriatica con il Centro-Nord, invece che la progettata Napoli-Bari. Si è anche dato il caso di camion che abbiano trasportato prodotti fino in Germania. Le previsioni degli operatori sono per un ulteriore sviluppo di questo mezzo di trasporto.

C. L'opinione degli agricoltori su alcuni problemi del Mercato.-

Ci restano ora da trattare alcuni problemi di differente natura che sono venuti alla luce durante le interviste con gli agricoltori o commercianti della zona. Poichè riflettono le idee e le preoccupazioni dei suddetti operatori ci pare che questi problemi rivestano una speciale importanza.

a) Importanza dello sviluppo del mercato. Avendo domandato quale era ad opinione degli interrogati la ragione della primitività della struttura del mercato ed il poco sviluppo della sua organizzazione, ci è stato comunemente risposto che la produzione ancora limitata della zona non giustificava una tale trasformazione.

Opinione comune pareva quella che con lo sviluppo delle produzioni anche il mercato si sarebbe organizzato convenientemente. Alcuni sono arrivati a dirci che non vedevano nessun problema dal punto di vista del mercato. D'altra parte era spesso evidente la preoccupazione da parte dell'agricoltore di poter vendere il proprio prodotto.

Abbiamo notato al riguardo, ed il fatto ci è stato confermato da alcuni proprietari, che la preoccupazione riguardo al mercato era specialmente forte nei piccoli agricoltori. Poichè non vi è un punto di riferimento dove incontrarsi con i compratori, o dove possono avvenire le vendite, è un pò lasciato al caso se un compratore viene a contrattare una piccola partita di prodotto. Le estensioni piantate dai grandi proprietari sono invece generalmente conosciute, così che sempre qualche compratore viene a vederle e a fare le sue offerte. Se poi queste sono giudicate troppo basse resterà sempre al grosso produttore la

alternativa di spedire direttamente il prodotto sui mercati di consumo, come è stato fatto spesso.

b) Effetto delle dimensioni aziendali. Un problema che ha molto a che fare con il precedente è se le dimensioni ridotte dei produttori possono portare a degli inconvenienti dal punto di vista dei compratori. Tali inconvenienti potrebbero distinguersi in due classi: qualità ed omogeneità del prodotto, e inefficienza dovuta alla piccola dimensione della partita. La poco omogeneità del prodotto non viene considerata importante dai commercianti per quella parte di prodotto che viene destinata al consumo locale. Per gli altri mercati, specie esteri, l'omogeneità è importante, ma i commercianti sembrano ritenere che da questo punto di vista non vi siano inconvenienti a trattare con piccoli proprietari.

Anche dal punto di vista della qualità non sembra che ci siano differenze notevoli fra piccoli e grossi agricoltori. Invece dal punto di vista della convenienza a trattare con piccoli proprietari (a parte l'omogeneità e qualità del prodotto), molti commercianti, specialmente i più grossi, ci hanno dichiarato che gli inconvenienti sono notevoli. A meno che i piccoli appezzamenti siano vicini fra di loro, vi sono inconvenienti per quanto riguarda la raccolta, il trasporto, la sorveglianza ecc. Ciò naturalmente varia da prodotto a prodotto, poichè per alcuni prodotti criocli, specialmente se precoci, un piccolo appezzamento può già costituire una partita di dimensioni sufficienti. Per i prodotti frutticoli in genere è invece vero il contrario. Le piccole partite vengono quindi trattate di solito dai piccoli commercian-

ti, magari per conto di ditte più grosse ed in genere il prezzo spuntato è inferiore. Dobbiamo quindi concludere che anche da questo punto di vista i piccoli proprietari si trovano in una posizione di inferiorità rispetto ai grossi.

c) Bisogno di un mercato locale. Una soluzione di alcuni dei problemi di cui sopra, che ci è stata suggerita da vari intervistati, è quella di creare un Mercato Generale a Taranto. Gli agricoltori di cui sopra pensavano che il mercato di consumo di Taranto, anche se non molto largo attualmente, è in sviluppo e può costituire uno sbocco per parte della produzione del Metapontino. Il flusso dei prodotti verso Taranto è però al momento molto disordinato e basato principalmente sui piccoli commercianti locali, la cui azione, come abbiamo già detto, è saltuaria e discontinua. Il Mercato Generale, a cui avrebbero accesso anche i piccoli produttori, verrebbe a coordinare questo flusso creando un punto di incontro fra compratori e venditori. Inoltre il Mercato Generale potrebbe avere anche importanza per le contrattazioni relative a quella parte di prodotto destinata ad altri mercati nazionali ed esteri. La sua funzione nel meccanismo della formazione del prezzo dei prodotti dovrebbe essere senz'altro positiva.

d) Cooperative. Riguardo allo sviluppo della cooperazione fra i proprietari della zona per la vendita dei prodotti abbiamo riscontrato tra gli intervistati un generale pessimismo. La ragione di ciò è stata indicata essere lo spirito individualistico degli agricoltori ed un senso di sfiducia reciproca. Questa dovrebbe essere la causa di alcuni ten-

tativi falliti di cooperazione. E' difficile dire quanto questo corrisponda a verità e quanto invece sia dovuto alla mancanza del fattore imprenditoriale e direttivo, che spesso è la causa del fallimento delle cooperative. Ma è importante prendere atto di questa situazione di fatto, cioè a dire dello scetticismo degli agricoltori, non sulla utilità della cooperazione, ma sulla possibilità oggettiva di formare delle cooperative. Ogni possibile esperimento in questo senso verrà in ultima analisi a cozzare contro questo scetticismo.

d) Centrali Ortofrutticoli. Il problema delle Centrali Ortofrutticole è molto sentito da tutti gli intervistati. Un giudizio su di esse però è difficile ad ottenersi perchè sia per la Centrale di Metaponto che per quella di Taranto si sa molto poco per quanto riguarda la gestione, l'organizzazione ed i servizi che verranno resi al pubblico. Gli intervistati ci hanno quindi dato un giudizio generale su quella che dovrebbe essere a loro avviso la funzione della Centrale. Tale giudizio è abbastanza unanime. L'utilità primaria della Centrale è considerata essere nella possibilità di vendere i prodotti attraverso la Centrale stessa. La Centrale dovrebbe quindi funzionare come una agenzia di vendita dei prodotti della zona, e la sua influenza sui prezzi potrebbe essere notevole. Sul problema se la Centrale dovesse vendere per conto dei produttori o se invece dovesse comprare i prodotti e poi rivenderli per conto proprio, i pareri sono stati discordi. Ma sulla necessità della funzione di agenzia di vendita della Centrale l'accordo era quasi unanime, eccezion fatta naturalmente per qualche commerciante.

Se la Centrale si limitasse a fornire servizi di lavorazione e conservazione del prodotto il suo uso sarebbe limitato. Gli interrogati pensavano che in questo caso, solo i piccoli produttori potrebbero ottenere un vantaggio, ed anche in questo caso principalmente perchè la Centrale fornirebbe un punto di appoggio e di incontro fra produttori e compratori.

Riguardo alla possibilità di conservare i prodotti il giudizio non è unanime, ma la maggioranza pensa che la conservazione sia specialmente utile sui mercati di consumo, e quindi nel caso della Centrale di Taranto per i prodotti locali e per quelli di altre regioni destinati al consumo della città. Ma questo non avrebbe molto influenza sul mercato dei prodotti della zona.

Riguardo alle attrezzature per la lavorazione, selezione e confezione del prodotto, la Centrale sarebbe certo modernamente attrezzata, ma gli intervistati in generale non davano troppa importanza a questo elemento poichè attrezzature moderne non sono troppo costose e anche se non proprio nella zona esistono nelle zone vicine o sono facilmente attenibili anche da privati.

e) Impianti per conservazione. Sulla possibilità di avere altri conservifici o stabilimenti per la produzione dei succhi nella zona, gli interrogati ci hanno risposto che la produzione locale è ancora troppo modesta. Per i succhi poi essi avevano dubbi sulla possibilità di un grande aumento della domanda di tali prodotti e quindi consideravano il problema prematuro. Anche in questo caso le probabilità di successo della iniziativa erano considerate maggiori per un privato che per la forma cooperativa.

f) Sviluppi futuri. Una domanda su cui abbiamo molto insistito era sul come gli interrogati vedevano il futuro sviluppo della struttura ed organizzazione di mercato della zona. Spesso le risposte sono state vaghe, ma quando invece abbiamo ottenuto una risposta più precisa esse concordavano abbastanza tra di loro. Più che nel movimento di ditte commercianti da altre zone a quella di Metaponto, la nuova struttura sarebbe poggiata, secondo gli intervistati, su produttori locali che avrebbero di più in più spedito direttamente il loro prodotto, e principalmente dal sorgere di ditte, tipo quella appena sorta a Palagianello, di produttori che si davano al commercio. Tali ditte potrebbero comprare il prodotto, o venderlo per conto di altri proprietari. Anche una cooperativa che agisse in questo senso potrebbe avere successo, ma in generale la forma privata sembra preferita. Tali risposte si sono parse veramente interessanti.

III - DIPENDENZA DELLA PRODUZIONE FRUTTICOLA DI METAPONTO DAI MERCATI NON-LOCALI.-

Dopo la descrizione della struttura del mercato dei prodotti ortofrutticoli nella zona di Metaponto ci pare che debba seguire una analisi di quello che è il ruolo che la struttura stessa del mercato deve compiere. Il problema potrebbe essere studiato in varie differenti maniere, ma a noi pare che uno degli aspetti più macroscopici che conviene considerare e quello della relativa importanza da una parte del consumo locale come mercato dei prodotti agricoli della zona, e dall'altra dei mercati di altre regioni, cioè delle "esportazioni"(1) al di fuori della zona da noi studiata. In altre parole, vorremmo investigare quale è la funzione che il mercato deve assolvere, considerando in particolare verso che direzione deve incanalare il flusso dei prodotti e se deve più specificatamente limitarsi alla distribuzione dei prodotti per il consumo locale o riguardare prodotti spediti in massima parte su mercati di consumo al di fuori della regione presa in considerazione, o addirittura sui mercati esteri.

L'importanza della questione è chiara se si pensa alle implicazioni pratiche sulla struttura del mercato che si vuole raggiunge-

(1) Da ora in avanti in questa parte del rapporto, useremo, a meno che non sia specificato diversamente, la parola "esportazioni" per indicare quella parte del prodotto che viene spedito al di fuori della regione di produzione, sia verso altre regioni italiane che verso l'estero.

re, del differente scopo a cui questa struttura deve servire. Basta pensare alla necessità di attrezzature per la conservazione del prodotto sul posto e dei rapporti con i dettaglianti delle vicine città (Taranto-Matera) se il prodotto è per la maggior parte destinato ai mercati locali. Mentre una organizzazione di adeguati mezzi di trasporto, di rapporti con i commercianti sulle altre piazze, un servizio di informazioni di mercato ecc. sono indisoensabili per una efficiente distribuzione dei prodotti al di fuori della zona di produzione.

Poichè è spesso difficile di giudicare dal significato di alcuni dati se non paragonandoli a quelli di altre regioni o di diversi periodi di tempo, studieremo il problema dal punto di vista del Mezzogiorno d'Italia in generale, e della regione di Metaponto in particolare paragonandoli al Centro ed al Nord d'Italia.

Limiteremo la nostra discussione ai soli prodotti frutticoli seguenti: agrumi (aranci, mandarini, limoni) pesche, pere, mele e uva da tavola.

Per ricavare una indicazione di quella che è la principale funzione del mercato occorre considerare le condizioni di domanda ed offerta delle differenti regioni, ed in questa maniera arrivare ad una stima del volume di prodotto esportato al di fuori di ogni regione, e del valore percentuale di queste spedizioni in relazione alla produzione totale della regione. Il nostro scopo immediato è perciò quello di stimare il volume dei prodotti frutticoli su indicati che viene esportato dalla zona di Metaponto e dalle altre regioni italiane. Questa stima costituirà la base per delle considerazioni sulla importanza (assoluta e relativamente alla quantità prodotta) delle esportazioni al di fuori della regione, e ci suggerirà delle conclusioni sulla funzione che la struttura del mercato regionale è chiamata ad assolvere.

La stima delle esportazioni nel senso regionale che abbiamo dato loro più sopra, è stata ottenuta relativamente all'anno 1959 per le 18 regioni italiane (Valle d'Aosta inclusa in Piemonte) ed anche per la regione di Metaponto. Questa ultima, non essendoci dati relativi all'area geografica da noi presa in considerazione, è stata approssimata calcolando le esportazioni delle due provincie combinate di Taranto e Matera. Anche se questa approssimazione è solo grossolana, crediamo sia sufficiente ai nostri scopi.

Si giunge alla stima delle esportazioni comparando in ogni regione la produzione e il consumo dei prodotti che abbiamo indicato più sopra.

Riguardo alle produzioni regionali i dati ci vengono forniti dall'ISTAT. La somma dei dati per le provincie di Taranto e Matera prese insieme è stata inclusa fra le altre 18 regioni con la denominazione "Metaponto".

Per quanto riguarda i consumi regionali delle diverse frutta, essi devono essere stimati poichè non li troviamo già pubblicati regolarmente. Il ragionamento che abbiamo seguito per la loro stima è il seguente. Conoscendo le produzioni annuali delle singole frutta e le esportazioni e importazioni da o verso l'Estero delle stesse, si può ottenere la quantità totale consumata in Italia in ogni anno. Così per esempio nel 1959 le quantità esportate (al netto delle importazioni) per le diverse frutta sono percentualmente le seguenti:

Percentuale di esportazioni verso l'Estero dall'Italia in relazione alla produzione (1959).-

Limoni	67,6%
Aranci e mandarini	26,1%
Mele	28,0%
Pere	17,7%
Pesche	27,0%
Uva da tavola	17,0%

FONTE - ISTAT, Annuario di Statistica Agraria, 1961

Sottraendo queste quantità dalla quantità prodotta (ed aggiungendo le insignificanti importazioni) si ottengono le quantità consumate in Italia di ogni singolo tipo di frutta. (Per i limoni abbiamo anche sottratto la parte non destinata al consumo alimentare). Dividendo questo dato per la popolazione otteniamo il consumo medio pro-capite.

Consumo medio pro-capite (1959)

Limoni	15,3	Kg.
Aranci e mandarini	12,2	"
Mele	25,5	"
Pere	9,4	"
Pesche	11,9	"
Uva da tavola	11,6	"

Naturalmente il consumo medio pro-capite è un dato che può aiutarci fino ad un certo punto. Non possiamo aspettarci che il consumo sia uguale nelle differenti regioni. D'altra parte sappiamo che il reddito è fattore determinante per quanto riguarda i consumi e che il suo effetto si fa sentire particolarmente nel caso di beni quali gli ortofrutticoli. Il dato relativo al consumo medio nazionale può quindi essere corretto tenendo conto delle differenze di reddito regionali, che sono molto sensibili come risulta chiaramente dal seguente spec - chietto:

Reddito Netto Prodotto per Abitante

Media 1957-59

	Lire	Percentuale del reddito medio italiano
Nord	316.206	129
Centro	253.447	104
Sud	155.803	64
Italia	244.369	100

FONTE - G. Tagliacarne - Banca Nazionale del Lavoro, Moneta e Credito, Dicembre 1960, pag. 523.

I dati relativi al reddito nazionale ricavabili dalla succitata fonte (Moneta e Credito) potranno esserciutuli per correggere il dato medio relativo al consumo pro-capite delle singole frutta, ma solo se usati in congiunzione con una stima dell'effetto che il reddito ha sui consumi delle frutta.

Una tale stima è difficile da trovarsi. Nelle pagine seguenti abbiamo assunto che l'elasticità rispetto al reddito dei consumi di frutta sia uguale a 1,116, ma pur se questo dato è stato rilevato da uno studio sui bilanci familiari recentemente pubblicato dall'ISTAT (1), dobbiamo riconoscere che ad esso va attribuito solo un valore di ipotesi riguardo al valore reale dell'elasticità. Per altro non crediamo che il valore di quest'ultima si possa discostare molto dal valore che abbiamo scelto.

Avendo quindi una elasticità del consumo rispetto al reddito (E_{CR}) di 1,116, il reddito medio pro-capite italiano 1957-59 ($\bar{R}$), ed i redditi medi pro-capite di ogni regione (R_i), correggeremo il consumo medio pro-capite italiano delle varie frutta ($\bar{C}$) per ottenere il consumo medio pro-capite regione (C_i) nella seguente maniera:

$$C_i = \left(1 + \frac{R_i - \bar{R}}{\bar{R}} E_{CR} \right) \bar{C}$$

(1) Annuali di Statistica, Indagine Statistica sui Bilanci di famiglie non Agricole negli anni 1953-54, ISTAT, 1960. Sotto l'ipotesi di elasticità costante, questa indagine ha trovato che in media ad un aumento dell'1% del reddito corrisponde un aumento di 1,116% nel consumo della frutta. Stime analoghe sono state ricavate nello stesso studio anche secondo altre ipotesi e per le regioni del Nord, Centro e Sud Italia. Ma dato che le stime regionali sono ottenute da un numero minore di dati, e che la loro analisi mostra delle differenze non facilmente spiegabili, abbiamo preferito usare il dato medio relativo a tutta l'Italia. Da notare però che l'indagine si riferisce alle sole famiglie "non agricole", e che calcola l'elasticità rispetto alla spesa totale invece che al reddito. Queste ed altre ragioni fanno si che il dato di cui sopra non coincide esattamente con quello che avremmo teoricamente desiderato.

Moltiplicando ora il consumo medio pro-capite di ogni regione, così come ottenuto più sopra, per la popolazione (1) di ogni regione, otteniamo le stime dei consumi totali di ogni regione per le diverse categorie di frutta.

Siamo ora in condizione di calcolare la parte della produzione di frutta di ogni regione che viene spedita al di fuori della regione stessa, assumendo che il consumo locale sia interamente soddisfatto dalla produzione della regione e che solo il di più di ogni prodotto venga spedito al di fuori della regione. Questa assunzione ci pare abbastanza plausibile, e d'altra parte bisogna riconoscere che eventuali scostamenti da essa tendono ad aumentare, invece che a diminuire, l'importanza della parte di prodotto che viene spedita al di fuori della regione.

Confrontando, per ogni singolo tipo di frutta la produzione regionale con i consumi regionali, si ottiene per differenza la quantità esportata al di fuori di ogni regione. Da notare che in caso di deficit di produzione per un certo tipo di frutta non si ha una cifra negativa, ma zero. Infatti a noi interessano le esportazioni di prodotti locali da ogni regione, e non le importazioni per il consumo locale. Lo scopo del presente studio è infatti quello di arrivare a delle considerazioni e suggerimenti riguardo alla struttura del mercato che provvede alla distribuzione dei prodotti della agricoltura di una regione

(1) - ISTAT - Annuario Statistico Italiano, 1960

come Metaponto. Il mercato dei prodotti che vengono importati per il consumo nella regione, pur essendo molto importante, è al di fuori del nostro scopo.

Avendo operato i suddetti calcoli abbiamo sommato per ogni regione (e per Metaponto) le quantità delle diverse frutta esportate, ottenendo così il volume globale delle esportazioni di frutta dalla regione. Tali risultati sono indicati nella tabella n.2 in cui abbiamo anche incluso la produzione per abitante di frutta di ogni regione, e l'importanza percentuale delle esportazioni da ogni regione relativamente alla produzione di frutta della stessa regione.

Con l'analisi dei dati che abbiamo ottenuti siamo ora in condizione di fare delle interessanti considerazioni. Osserviamo in primo luogo la proporzione della produzione che viene consumata nella regione stessa dove viene prodotta (1959). Tale percentuale è per l'Italia uguale a 36.3%. Cioè a dire il 63.7% della produzione di frutta delle regioni italiane viene spedito al di fuori della regione di origine.

Gli stessi dati riferiti alle grandi divisioni italiane sono i seguenti:

	% della produzione consumata localmente (1959)	% della produzione spedita al di fuori della regione (1959)
Nord	37,0	63,0
Centro	83,6	16,4
Sud	26,5	73,5

Si vede chiaramente che per le frutta considerate le regioni del Sud hanno avuto nel 1959 la più alta percentuale di prodotto esportata al di fuori del mercato di consumo regionale.

Tavola II - Produzione ed esportazioni regionali di frutta, 1959(1)

Regioni	Produzione totale di frutta per abitante (Kg.)	Volume delle esportazioni di frutta (1000 qli)	Esportazioni come percento della produzione di frutta
Piemonte	72,9	0	0
Liguria	50,7	246,5	28,7
Lombardia	17,7	0	0
Trentino Alto-Adige	372,9	2.524,7	86,7
Veneto	118,6	2.670,4	57,5
Friuli Venezia-Giulia	14,6	0	0
Emilia-Romagna	360,7	10.896,7	82,7
Totale Nord Italia	-	16.338,3	63,0
Marche	60,5	255,4	30,6
Toscana	37,6	177,7	14,4
Umbria	10,0	0	0
Lazio	48,5	222,4	12,6
Totale Centro Italia	-	655,7	16,4
Campania	99,9	2.570,7	53,6
Abruzzi e Molise	95,1	1.075,3	67,1
Puglia	68,8	1.703,7	71,2
(Metaponto)	(64,0)	(257,8)	(59,8)
Basilicata	46,8	156,1	50,1
Calabria	108,1	1.843,1	78,7
Sicilia	190,0	8.100,9	88,2
Sardegna	33,0	65,1	13,7
Totale Sud Italia	-	15.514,9	73,5
Totale Italia	-	32.508,9	63,7

(1) Aranci, mandarini, limoni, pesche, pere, mele, uva da tavola. Come spiegato nel testo la parola "esportazioni" sta ad indicare quella parte del prodotto che viene spedito al di fuori della regione di produzione sia verso altre regioni italiane che verso l'estero.

Ma poichè siamo in questo rapporto interessati alla regione di Metaponto vediamo quali sono i dati per questa regione nel 1959:

	% della produzione consumata localmente	% della produzione spedita al di fuori della regione
Metaponto (Provincie di Taranto e Matera)	40,2	59,8

Deriva da questi dati che anche per queste due provincie la percentuale di prodotti esportati è di gran lunga superiore a quella che viene consumata in loco. E anche se questa percentuale è minore di quella del Mezzogiorno preso insieme, bisogna ricordare che le produzioni frutticole del Metapontino sono in gran parte recenti ed ancora non hanno raggiunto la piena produttività. Con l'aumento della produzione la percentuale esportata dalla regione dovrebbe aumentare sensibilmente.

Allo stato attuale il 63% delle esportazioni dalla regione è costituita da uva da tavola, che è in gran parte prodotta nella zona a sud-est di Taranto, e quindi al di fuori della zona di Metaponto definita per il nostro studio. Seguono gli agrumi per una proporzione molto meno importante (33%) ed infine le pere. La produzione degli altri frutti è in deficit rispetto ai consumi stimati delle due provincie.

Un'altra maniera di studiare i dati è quella di osservare graficamente la correlazione fra la produzione delle regioni e la percentuale della produzione stessa che viene spedita la di furoi della regione di origine.

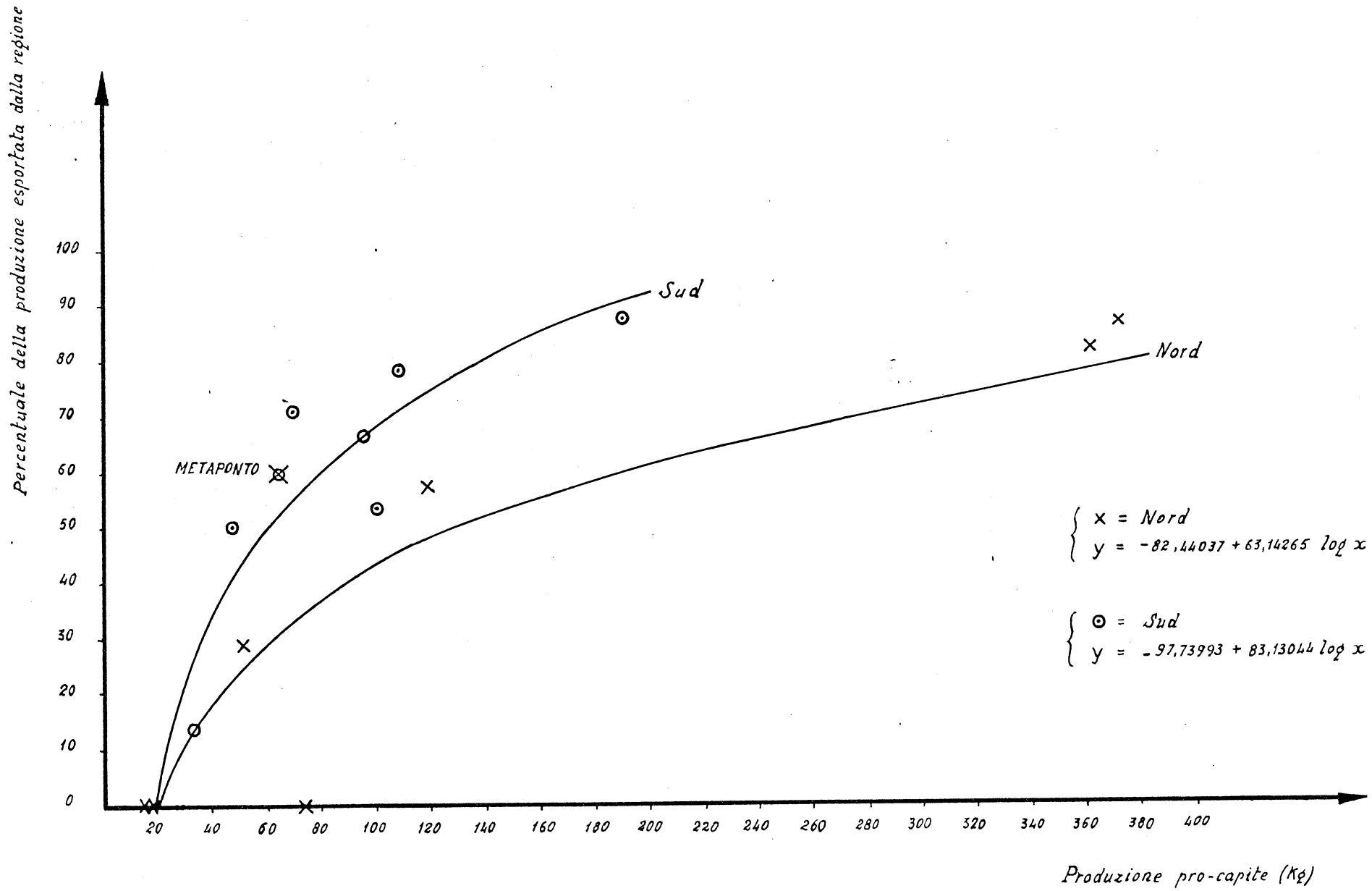
Per rendere più comparabili i dati delle varie regioni e correggere per la diversa ampiezza delle regioni stesse, abbiamo pen-

sato di usare la produzione di frutta per abitante di ogni regione. (v. tabella 2) Questi dati vengono contrapposti, sul grafico 1, alla percentuale della produzione totale di ogni regione che viene spedita al di fuori della regione stessa (tabella 2). Indicando con segni differenti i punti che si riferiscono alle regioni del Nord e del Sud di Italia abbiamo un chiaro quadro delle differenze fra queste tre parti del nostro paese. Perchè queste differenze fossero più evidenti, abbiamo anche calcolato delle curve di regressione separatamente per i gruppi di punti corrispondenti alle regioni del Nord e del Sud.(1)

Notiamo nel grafico in primo luogo che in alcune regioni del Nord (Trentino-Alto Adige ed Emilia-Romagna) la produzione di frutta per abitante è di gran lunga superiore a quella di tutte le altre regioni. Segue la Sicilia che malgrado la forte produzione di agrumi si trova ad un livello molto inferiore. Il gruppo delle altre regioni si mantiene su medie per abitante molto più basse.

Considerando poi, come abbiamo fatto per le curve interpolate, i due gruppi di regioni si vede che vi è una chiara tendenza all'aumento delle esportazioni regionali di frutta come aumenta la pro-

(1) Poichè dal grafico appariva chiaro che la relazione fra le due variabili era curvilinea, abbiamo interpolato, come prima approssimazione, delle funzioni semilogaritmiche, escluso per il Centro Italia per il quale la scarsezza delle osservazioni rendeva inutile una ulteriore complicazione. Essendo il nostro scopo solo quello di presentare un quadro visivo della relazione fra le due variabili, una maggior approssimazione non è necessaria.


Percentuale della produzione esportata dalla regione
100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
20
40
60
80
100
120
140
160
180
200
220
240
260
280
300
320
340
360
380
400
Produzione pro-capite (Kg)
Sud
Nord
METAPONTO
x = Nord
y = -82,44037 + 63,14265 log x
⊙ = Sud
y = -97,73993 + 83,13044 log x

duzione media per abitante della regione. Questo fenomeno è abbastanza logico. Ma quello che è molto più interessante è la tendenza delle regioni del Sud a dedicare una percentuale maggiore del prodotto alla esportazione al di fuori dei mercati regionali. A parità di produzione media per abitante, il Sud avvia ai mercati extra-regionali una percentuale sensibilmente più alta di prodotto rispetto al Nord. Cioè a dire il mercato dei prodotti frutticoli del Sud dipende in maniera molto più accentuata che non il Nord da una organizzazione distributiva tesa verso l'esportazione del prodotto su altri mercati vicini e lontani, piuttosto che sui mercati regionali. Nel grafico abbiamo anche disegnato il punto corrispondente alle provincie di Taranto e Matera prese insieme. Questo punto giace al di sopra della curva interpolata per il Sud, e quindi il ragionamento può essere ripetuto a maggior ragione per queste due provincie e per la zona di Metaponto che esse vogliono rappresentare.

La differenza fra Nord e Sud di cui sopra è certamente in parte spiegata dalle differenze di reddito delle regioni del Nord e del Sud. E' prevedibile che con l'aumento del reddito nelle regioni meridionali il mercato di consumo locale per le frutta aumenterà la sua importanza assoluta. Ma è meno probabile che anche l'importanza relativa del mercato locale aumenti, ed il giorno sembra ancora lontano quando questo mercato assumerà l'importanza che ha nel Nord. Fino allora sarà il mercato di "esportazione" regionale che avrà il sopravvento.

Se d'altra parte consideriamo la capacità di sviluppo della produzione di frutta nella zona di Metaponto vediamo che quasi certamente il mercato di esportazione è destinato ad aumentare la sua importanza relativa. Se come diciamo sopra la produzione frutticola dovesse raddoppiare nei prossimi anni, la percentuale spedita al di fuo-

ri di questa regione aumenterebbe da circa il 60% a circa l'80% del totale, immaginandosi costanti i consumi locali. Solo se i consumi locali raddoppiassero anch'essi la percentuale delle esportazioni rimarrebbe costante sul 60%, ma siccome questa ipotesi ci pare poco realistica, dobbiamo concludere che il mercato per l'esportazione tenderà ad aumentare la sua importanza relativa nei prossimi anni.

La discussione di cui sopra ci fornisce un importante elemento per la nostra indagine riguardo alla regione Metapontina. Abbiamo concluso che il mercato extraregionale è di gran lunga più importante che quello regionale, e che questa differenza è più accentuata al Sud ed anche nelle provincie di Taranto e Matera, che non sia nel Nord.

Ma ciò non basta, poichè abbiamo anche concluso che la percentuale di prodotto destinato ai mercati extraregionali tenderà, almeno per la regione di Metaponto, ad aumentare nei prossimi anni.

E' ora naturale che una struttura commerciale è necessaria per la distribuzione dei prodotti sul mercato regionale, ma è anche evidente che il problema della struttura del mercato è ancora più importante se il flusso dei beni deve essere diretto ai mercati extraregionali. Nel Sud questo mercato extraregionale riguarda quasi i tre quarti della produzione frutticola, e nelle provincie di Taranto e Matera quasi i due terzi e mostra per di più una tendenza all'aumento. Ma nel Sud il mercato extraregionale è più importante anche per le due altre ragioni. In primo luogo perchè le regioni del Sud, e fra esse Metaponto, sono relativamente distanti dai mercati di consumo extra regionali più importanti. Ed in secondo luogo perchè dato un certo livello medio per persona di produzione il Sud avvia ai mercati extraregionali una percentuale più alta di prodotto. Il settore della distribuzione dei prodotti agricoli è perciò un settore vitale per il Sud al quale deve essere riservata la massima attenzione nel processo di sviluppo.

IV - CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

Come abbiamo detto al principio di questa discussione l'attenzione del Governo si è particolarmente rivolta al Mezzogiorno d'Italia per trasformare profondamente le condizioni di questa regione, ed aumentare in essa il livello di attività economica. L'Agricoltura ha ricevuto più del 50% dei finanziamenti della Cassa del Mezzogiorno, ed i produttori agricoli hanno anche beneficiato degli investimenti in progetti riguardanti infrastrutture, come le comunicazioni ed i trasporti, gli acquedotti, le fogne e le costruzioni di scuole.(1)

Anche se negli ultimi anni si è cercato di intensificare gli sforzi per incoraggiare in maniera più diretta l'espansione dell'industria nel Mezzogiorno, la Cassa ha continuato ad impegnarsi in maniera preponderante per lo sviluppo dell'economia agricola. I fondi destinati a questo settore sono stati diretti principalmente alla trasformazione fisica delle risorse agricole, quale l'ampliamento delle possibilità irrigue, la bonifica e la Riforma agraria.

Una volta riconosciuto il fondamentale orientamento dei programmi della Cassa verso le infrastrutture e l'agricoltura, non è sorprendente osservare che una proporzione relativamente modesta degli investimenti totali sia destinata specificamente ad incoraggiare l'ammodernamento del settore distributivo. Non è possibile fare un calcolo

(1) Comitato dei Ministri per il Mezzogiorno, Relazione al Parlamento, Roma (1960), pag.8.

preciso dei fondi spesi per il miglioramento della organizzazione del mercato dei prodotti agricoli, ma probabilmente la parte delle spese della Cassa destinate a questo fine non supera il 3-4% del totale.

Naturalmente bisogna riconoscere che il programma della Cassa non rappresenta il solo sforzo per migliorare l'economia del Mezzogiorno. Altre spese sono incluse, per esempio, nel bilancio regolare del Ministero dell'Agricoltura e Foreste. Ma un'analisi di queste spese indica nuovamente un modesto interesse nel settore distributivo, se non per quanto riguarda la costruzione di alcune attrezzature locali.

Anche se il bisogno di un diretto incoraggiamento all'espansione dell'industria nel Sud d'Italia era chiaramente riconosciuto al momento della istituzione dolla istituzione della Cassa, bisogna arrivare alla fine degli anni cinquanta perchè lo spostamento degli interessi politici faccia della industrializzazione uno degli scopi diretti del programma di intervento. Si è venuti in poche parole a riconoscere che la semplice creazione di condizioni ambientali più favorevoli, benchè molto importante, non è sufficiente ad indurre un soddisfacente tasso di sviluppo nel settore industriale. In conseguenza di ciò le agevolazioni creditizie per mezzo di agenzie speciali di credito sono state aumentate (1), sono state approvate leggi che concedono spe-

(1) Di queste l'ISVEIMER opera nella parte continentale del Mezzogiorno, mentre altre due operano in Sicilia e Sardegna. L'ISVEIMER ha concesso una certa attenzione alle imprese per la trasformazione dei prodotti agricoli, e conseguenza di ciò è che circa un quinto dei suoi prestiti è andata a questo settore. (Comitato dei Ministri per il Mezzogiorno, Relazione sulla Attività di Coordinamento, Roma 1961, p. 117.)

ciali riduzioni ed esenzioni delle tasse per le nuove industrie del Mezzogiorno, ed è stata data facoltà alla Cassa di concedere sussidi e contributi diretti a piccole e medie industrie. (1)

Malgrado questo notevole ripensamento degli obbiettivi della politica di sviluppo avvenuto gli ultimi tre-quattro anni, non si è avuto però nessun apprezzabile aumento dell'intervento nel settore distributivo dei prodotti agricoli.

A. Aumentata Dipendenza dal Settore Distributivo dovuta allo Sviluppo Economico.-

I vari interventi che abbiamo ricordato più sopra hanno importanti conseguenze sia per quanto riguarda il vero e proprio modo di funzionare del mercato, sia per l'importanza che questo settore assume nel processo di sviluppo. Si può infatti affermare che se il meccanismo del mercato era molto spesso non adeguato alle necessità del Mezzogiorno prima che fossero indotti radicali cambiamenti delle risorse produttive dell'agricoltura, ora che ingenti investimenti sono stati effettuati o progettati, la dipendenza dal settore distributivo e la necessità di un ammodernamento di questo settore è diventata molto più grande. Le principali ragioni di ciò possono essere così brevemente elencate:

(1) SVIMEZ, Sintesi delle Agevolazioni per l'Industrializzazione del Mezzogiorno, Roma 1961.

a) Basso reddito delle Regioni Meridionali. Abbiamo dato in precedenza dei dati sulle differenze di reddito fra le Regioni Italiane. Il livello del reddito nel Sud, come è noto, appare molto basso relativamente al Nord d'Italia. Poichè la domanda dei generi alimentari è strettamente legata al potere di acquisto dei consumatori, specialmente nel caso di prodotti quali gli ortofrutticoli con elasticità rispetto al reddito nettamente superiore alla media degli altri prodotti agricoli, ciò significa che i mercati di consumo locale nel Sud sono relativamente meno importanti. E' d'altra parte chiaro il settore distributivo acquista importanza sempre più grande quanto più vi è necessità di trovare sbocchi sui mercati non locali, e ciò significa nel nostro caso nell'Italia Settentrionale o in altri paesi.

b) Distanza dai mercati Il compito di raggiungere i mercati non-locali a cui abbiamo accennato, è reso tanto più difficile quanto più questi mercati sono lontani. Il problema della distanza diventa leggermente meno importante man mano che si realizzano progressi nella rete ferroviaria ed autostradale, ma rimane tuttavia il fatto che il Mezzogiorno si trova in posizione di svantaggio, relativamente ai produttori del Nord, per la sua posizione geografica, distante dai mercati di consumo più larghi ed a più alto livello di reddito.

c) Sviluppo della Comunità Economica Europea Il processo di realizzazione di una più estesa area di scambi fra i paesi del Mercato Comune crea non solo problemi, ma anche favorevoli opportunità per i produttori della Italia Meridionale. L'Italia è per esempio in posizione avvantaggiata per quanto riguarda gli agrumi, essendo l'unico grosso paese produttore fra i membri di pieno diritto della Comunità. Così la pos-

sibilità di partecipare in maniera maggiore degli altri paesi produttori alla espansione del mercato di consumo degli agrumi è realmente esistente. Ma ci sarà certo una forte concorrenza da parte di altri paesi produttori sia membri associati come la Grecia, sia di regioni più lontane come gli Stati Uniti, la Spagna, Israele e altre regioni produttrici della Africa. Questi paesi hanno organizzazioni di mercato molto sviluppate e vendono con successo il loro prodotto sul mercato Europeo.

Di nuovo dipenderà dalla efficienza della organizzazione del mercato se gli agricoltori del Sud potranno afferrare per i capelli l'opportunità che loro si presenta.

d) Miglioramenti del settore distributivo in Europa Ma quando discutiamo del Mercato Comune e della possibilità di espandere le proprie vendite in questa area, non dobbiamo dimenticare che il sistema distributivo sia al livello al dettaglio che all'ingrosso sta radicalmente cambiando. Durante gli anni cinquanta le vendite col metodo del "self-service" sono aumentate considerevolmente. Negli ultimi anni sono stati costruiti larghi supermarkets. Cambiamenti come questi ed anche ad altri livelli della catena della distribuzione richiedono adeguate modifiche nella combinazione e nel tipo dei prodotti richiesti per tali sbocchi. Ritorneremo su questo punto in seguito; a questo momento conviene solo ricordare che grosse imprese per il commercio di massa, sia al dettaglio che all'ingrosso, richiedono cambiamenti nella produzione locale e nel metodo di raccolta del prodotto per ottenere quella uniformità qualitativa e quella tempestività di spedizione che sono così cruciali per questi moderni metodi di vendita. Questi punti sono importanti da considerare nel caso del Mezzogiorno e per una regione par-

ticolare quale Metaponto, perchè essi significano che sono richiesti cambiamenti nella organizzazione della produzione per riuscire a combattere efficacemente la concorrenza sui grandi mercati del Nord.

e) Cambiamenti nella combinazione dei prodotti Lo scopo dello sforzo su larga scala per lo sviluppo dell'agricoltura è naturalmente quello di permettere lo spostamento verso alternative produttive a più alto reddito. Queste saranno, nella maggior parte delle terre così migliorate, le culture intensive quali gli ortofrutticoli ed i prodotti zootecnici. Nel presente rapporto abbiamo concentrato la nostra attenzione sui prodotti ortofrutticoli, poichè essi si stanno sviluppando particolarmente nella zona di Metaponto. Ma in ogni modo in tutte le zone di sviluppo si nota un processo di spostamento da una agricoltura estensiva, basata principalmente sui cereali e sul pascolo, ad una agricoltura intensiva. Ciò significa che la organizzazione del mercato basato sul primo tipo di agricoltura deve essere profondamente cambiata.

La dipendenza da questa organizzazione di mercato è poi ancora più importante se si pensa che nella maggior parte dei casi non si tratta di prendere una organizzazione efficiente ed apportarvi le necessarie modifiche. Nel caso di Metaponto per esempio il sistema distributivo non solo era studiato per prodotti quali cereali e allevamznto estensivo, ma era sotto tutti i punti di vista primitivo e poco efficiente. Non vi è al momento attuale un sistema moderno di distribuzione, nemmeno per l'attuale livello di produzione ortofrutticola, sistema che sia pronto ad adeguarsi al prevedibile aumento del volume di questi prodotti da commerciare.

f) Dimensioni delle aziende agricole Alcuni cambiamenti nel settore della produzione rendono i problemi del mercato anche più difficili. Il programma della Riforma Agraria ha avuto come effetto di ridurre larghe proprietà in piccole unità frammentate. Le dimensioni di queste nuove proprietà variano da zona a zona, ma sono in media intorno ai 6-8 ettari. Senza tirare in ballo i criteri che hanno reso necessarie dimensioni così modeste, bisogna riconoscere che vi sono implicazioni, per quanto riguarda i problemi del mercato, derivanti appunto dalle dimensioni aziendali. La prima è che il processo di raccolta e spedizione del prodotto proveniente da un largo numero di unità di piccole dimensioni presenta maggiori difficoltà. Il compito del sistema distributivo, specialmente nello stadio iniziale del processo di adeguamento, è più complicato se esso deve sviluppare un meccanismo e degli accordi che si dimostrino funzionanti a contatto di un largo numero di piccoli produttori.

Altra implicazione è che il sistema distributivo deve trasmettere in maniera più efficiente e chiara la guida e l'indicazione che indurrà la produzione del prodotto quale richiesto dal mercato. I piccoli produttori con risorse finanziarie necessariamente limitate non potranno certo prendere l'iniziativa per lo sviluppo di un sistema di mercato che li guidi nei loro progetti di trasformazione e nelle decisioni produttive. Si può ben capire quel piccolo produttore che prima di investire, per esempio, in un frutteto, aspetta che il mercato gli appaia più chiaro. Il rischio di non trovare un mercato riduce sempre l'incentivo ad investire, ma questo è particolarmente vero per i piccoli produttori. Senza un'adeguata organizzazione di mercato, quindi, le decisioni produttive degli agricoltori tenderanno ad

essere differenti dalle "ottime", in quanto le possibilità di maggiori redditi previste dai progetti di irrigazione, bonifica e riforma agraria, saranno raggiunte solo con difficoltà e lentamente.

B. Il Mercato: Un Settore strategico nello Sviluppo Economico.-

Ma vi è un altro problema, che è forse ancora più serio che il semplice ritardo del processo di sviluppo, a cui abbiamo accennato più sopra, che bisogna tenere in considerazione nella progettazione di un programma di sviluppo. La mancanza di una adeguata attrezzatura ed organizzazione di mercato può far si che lo sviluppo di una regione segua una via molto differente da quella che era prevista originalmente, una via che potrebbe non portare mai al raggiungimento degli scopi prefissi. In assenza di un sistema di distribuzione che dia qualche sicurezza, molti piccoli agricoltori di Metaponto trasformano le loro aziende in unità autosufficienti, che forniscono una gran varietà di prodotti destinati quasi essenzialmente all'autoconsumo. Così invece di trasformarsi in unità di produzione specializzate, anche se di piccole dimensioni, l'azienda agricola rimane o diviene un'unità autosufficiente non commerciale. Poichè questo processo continua, non è affatto evidente che le aziende così organizzate potranno facilmente e completamente adeguarsi al tipo di agricoltura commerciale prevista dai programmi di sviluppo.

Analizzando i problemi dello sviluppo economico del Mezzogiorno, e specialmente quelli che sono connessi al grande sviluppo delle attività economiche nel Metapontino, dobbiamo concludere che

interventi specifici debbono essere operati per favorire la trasformazione del sistema distributivo. E' generalmente riconosciuto che l'intervento pubblico nell'economia delle zone sottosviluppate è necessario per permettere di superare alcuni ostacoli quasi insormontabili che arrestano il progresso e che, senza speciali misure, continuerebbero ad agire anche nel futuro. Prendendo i provvedimenti necessari per intervenire nel meccanismo economico, le persone respnsabili devono naturalmente riconoscere le interdipendenze fra i diversi settori industriali agricoli e commerciali. Un progettato cambiamento nella produzione di un certo settore, deve essere coordinato con adeguati cambiamenti da parte dei settori fornitori di materie prime e di quelli consumatori del prodotto, se si vuol ottenere il massimo beneficio dallo sforzo progettato.

Nella progettazione del programma di sviluppo del Mezzogiorno, le interdipendenze fra il settore agricolo e quello industriale sono state ben riconosciute. L'interesse si è almeno in un primo momento concentrato sull'agricoltura per ottenere un più alto livello di reddito pro-capite e per permettere il trasferimento di forze di lavoro nel settore industriale. Si è specialmente tentato di sviluppare le infrastrutture, sperando che condizioni ambientali più favorevoli avrebbero incoraggiato lo spontaneo e rapido intervento della iniziativa privata ed un'espansione degli investimenti.

Non è però sufficiente considerare solo l'interdipendenza dei vari settori produttivi agricoli e industriali. (1)

Questi settori sono a loro volta dipendenti dallo sviluppo del settore distributivo per superare l'intervallo fra il produttore ed il consumatore. Il successo dei progettati cambiamenti nella produzione di beni agricoli o industriali sarà determinato in gran parte dall'abilità del settore distributivo di congiungere il produttore al mercato finale di consumo.

Anche se questa dipendenza tra produzione e distribuzione può essere riconosciuta dagli economisti, nella programmazione dello sviluppo si assume molto spesso, anche se non in maniera esplicita, che se adeguate infrastrutture sono create e se i cambiamenti necessari sono operati nei settori produttivi, i cambiamenti desiderati nella organizzazione del mercato verranno a determinarsi quasi automaticamente. A questo modo di pensare si arriva spesso per un'altra considerazione che ha influenza sulle decisioni di chi programma gli interventi. Poichè non è possibile, date le limitazioni che si hanno nei

(1) La relazione fra il mercato e lo sviluppo dei settori agricoli e industriali è sviluppata negli articoli seguenti: Norman R. Collins e R.H. Halton, "Programming changes in Marketing in Planned Economic Development" (Economic Journal) e Collins e Halton. "L'organizzazione del Mercato in rapporto allo sviluppo economico nell'Italia Meridionale, Nord e Sud, Luglio 1962.

mezzi finanziari disponibili, di intervenire simultaneamente in tutti i settori, nella realizzazione pratica del programma si deve arrivare ad una certa scelta.

Questa ragione è certamente la più importante per spiegare la differente attenzione data nel Mezzogiorno ai diversi settori. Ma i risultati ottenuti in queste regioni portano ora a concludere che non è possibile assumere che il desiderato sistema distributivo scaturisca automaticamente dai cambiamenti, di cui abbiamo parlato prima, nei settori produttivi. Ed è anche chiaro che il portare avanti per un periodo di 10-15 anni un programma quale quello della Cassa per il Mezzogiorno, senza operare ad un certo punto un ripensamento, e nel nostro caso lo spostamento della attenzione e dei mezzi a favore del settore distributivo, porterà ad una situazione di serio squilibrio fra i settori produttivo e distributivo.

Naturalmente il mercato non è stato del tutto ignorato. Il programma della Riforma Agraria ha promosso la costituzione di unità cooperative di mercato, ed attrezzature commerciali sono state finanziate, in particolar modo le centrali ortofrutticole. Ma alcuni commenti devono essere fatti a proposito di questi sforzi. Riguardo al movimento cooperativo si può dire che per il commercio di quei prodotti come la frutta ed i prodotti orticoli freschi i risultati sono stati modesti.

I tentativi di promuovere una organizzazione per la raccolta e la spedizione del prodotto di molti piccoli agricoltori sono stati molto limitati. In generale i produttori sono lasciati a loro stessi ad arrangiarsi con i propri mezzi per piazzare il loro prodotto. Progressi maggiori sono stati realizzati per prodotti quali l'olio di

oliva ed il vino. In questo caso la direzione presa dalle cooperative è quella giusta, sebbene lo sforzo non sia stato spinto in avanti sufficientemente per sopperire alle necessità di una organizzazione di mercato efficiente.

Una tale organizzazione moderna infatti deve coordinare ancora più strettamente le attività di raccolta e vendita del prodotto con le stesse operazioni produttive. E perchè il prodotto di numerosi agricoltori sia con successo raccolto e commerciato nella maniera desiderata dalle grosse organizzazioni di grossisti e dettaglianti dei più grandi e distanti centri di consumo, è necessario di ottenere un ben più spinto grado di coordinamento orizzontale fra i produttori. E ciò è ancora più importante quando i singoli agricoltori sono molto piccoli. Questo della coordinazione orizzontale degli agricoltori è punto importantissimo, poichè riguarda delle funzioni del mercato, quali la raccolta e la omogeneizzazione del prodotto, che possono essere più efficientemente organizzate dagli agricoltori stessi.

Solo se questi ultimi non riusciranno ad organizzarsi saranno altri a sopperire a questa lacuna, e spesso a costi maggiori.

Di natura analoga è la seria obbiezione riguardante la concentrazione dell'attenzione degli Enti preposti allo sviluppo del Mezzogiorno sulla costruzione di semplici attrezzature, diciamo così fisiche, quali sono ad esempio le Centrali Ortofrutticole.

L'enfasi sulle attrezzature fa dimenticare quali sono le reali necessità del mercato. Certamente nuove e più moderne attrezzature possono essere necessarie, e molto probabilmente il genere di servirsi forniti dalle Centrali Ortofrutticole e la loro localizzazione si dimostreranno in fin dei conti soddisfacenti. Ma la vera lacuna

è costituita dalla mancanza di moderni metodi e di una moderna organizzazione del mercato. Ed intendiamo con questo il radicale cambiamento delle relazioni che legano i produttori ai loro, chiamiamoli così, agenti commerciali. Il pericolo derivante dalla semplice costruzione di attrezzature, senza un profondo ripensamento dei metodi che dovranno essere impiegati per la riorganizzazione del mercato, è costituito dal fatto che il pianificatore può essere portato a credere che ogni cosa che era necessaria nel settore distributivo sia stata fatta. Ciò non è certo vero.

C) Interventi nel Campo del Mercato.-

Bisogna realizzare che il settore distributivo può non svilupparsi nella direzione desiderata in maniera automatica sfruttando le occasioni che si presentano o che sono create e ciò per una serie di importanti ragioni(1). Vi può essere una mancanza di servizi che facilitino le operazioni e pratiche del mercato, quali un sistema di standard qualitativi, di pesi, misure e confezionamento uniformi, o un sistema legislativo che chiaramente stabilisce i diritti e gli obblighi nelle transazioni commerciali e le renda più spedite. Miglioramenti in tal senso non possono essere attuati da singole imprese, e si possono ottenere più facilmente considerando l'intero mercato di un prodotto.

Il funzionamento del meccanismo dei prezzi può non essere sufficiente perchè una impresa attui certi importanti servizi, i cui be-

(1) Vedi: Collins e Holton: "Programming Changes in Marketing in Planned Economic Development" per una discussione più ampia dell'argomento.

nefici si diffonderanno in tutto il mercato. Un esempio di ciò può essere costituito da un servizio quale quello di informazioni sul mercato e sui prezzi. Molti di questi servizi, date le economie di scala che si realizzerebbero, evitando inutili ripetizioni, devono essere istituiti con dimensioni tali da coprire tutto il mercato di un certo prodotto o gruppo di prodotti.

Probabilmente una ragione ancora più importante che scoraggia la singola impresa dall'attuare alcuni dei cambiamenti necessari nei metodi di commercio, risiede nella struttura stessa del settore distributivo. Tale struttura è in generale una di imprese relativamente piccole e con entrata facile di nuove imprese. In queste condizioni si può prevedere che i profitti risultanti dagli investimenti necessari per operare i cambiamenti voluti, saranno assorbiti dalla concorrenza di altre imprese prima ancora che l'impresa innovatrice abbia ammortizzato i suoi investimenti. Per esempio una impresa che volesse iniziare un'industria di trasformazione dei prodotti ortofrutticoli nella zona di Metaponto, dovrebbe intraprendere un grosso lavoro di riorganizzazione della produzione. Gli agricoltori dovrebbero essere convinti ad adottare, e dovrebbe essere insegnato loro come ottenere le specie e le qualità adatte per una certa trasformazione (per esempio la conservazione). L'impresa trasformatrice dovrebbe sviluppare il necessario grado di coordinazione fra i produttori per riuscire ad ottenere un volume adeguato di prodotto con caratteristiche appropriate. Anche se per ipotesi vogliamo assumere che esistono imprese trasformatrici che abbiano le qualità imprenditoriali adatte e le disponibilità finanziarie per compiere un tale cambiamento in una zona di nuova produzione, è da aspettarsi che imprese concorrenti si pre-

cipiteranno sul mercato per trarre vantaggio dello sforzo della prima impresa, e con la loro concorrenza porteranno via gran parte dei profitti che sarebbero derivati alla prima da una tale modificazione della attività economica.

Questo ultimo esempio si riallaccia a quanto avevamo detto prima a riguardo della integrazione orizzontale degli agricoltori. La necessità di questa coordinazione è evidente ed essa non comporta le qualità imprenditoriali, molto maggiori e spesso difficili a trovarsi, necessarie per una organizzazione di mercato che operi su distanti piazze del Nord e magari sul mercato al dettaglio. Le funzioni che essa deve espletare sono invece strettamente legate alla produzione ed alla raccolta dei prodotti, cioè molto vicine agli agricoltori. D'altra parte è difficile che l'intervento pubblico riesca ad imporre una tale coordinazione, e, come abbiamo visto, le imprese commerciali private pur sentendone il bisogno hanno pochi incentivi e maggiori difficoltà ad istituire un servizio che superi questa lacuna. E' quindi questo un compito essenzialmente degli agricoltori, nel quale questi ultimi si trovano avvantaggiati e dal quale saranno i primi a trarre profitto, purchè superino il loro tradizionale individualismo e la loro reciproca sfiducia.

In questo studio non cercheremo di elencare i vari cambiamenti che sono necessari nella zona di Metaponto. Un'analisi molto più dettagliata deve essere compiuta per determinare i miglioramenti dei servizi di informazioni, delle procedure contrattuali, della organizzazione di raccolta del prodotto, dei sistemi di trasporto di immagazzinamento, e così via. Ma vorremmo solo insistere su due punti principali relativi a questo problema. Il primo è che la struttura e le pratiche necessarie per commerciare efficientemente la combinazione dei

prodotti potenzialmente producibili in questa regione, in particolare gli ortofrutticoli, non si svilupperà fino al punto che è necessario solo per il funzionamento automatico del meccanismo dei prezzi. Ciò deriva dagli argomenti che abbiamo sviluppato fin ora e dalla analisi della attuale situazione di Metaponto. Il secondo punto è che l'organizzazione distributiva esistente al momento attuale è assolutamente non adeguata per prodotti quali gli ortofrutticoli. Per essere franchi bisogna anzi dire che questa organizzazione è in molti casi quasi inesistente.

Anche se non cercheremo quindi di dare specifici suggerimenti riguardo ai cambiamenti nella struttura e nel modo di operare del mercato, vorremmo però indicare una importante direzione lungo la quale miglioramenti saranno senza dubbio necessari. In poche parole essa può riassumersi così. Se la zona di Metaponto vuol diventare una regione importante per quanto riguarda la produzione commerciale di prodotti alimentari, le attività al livello del produttore agricolo devono sempre più adeguarsi ai cambiamenti che stanno verificandosi a tutti i livelli del canale distributivo. Storicamente i mercati al dettaglio ed all'ingrosso dei generi alimentari in Europa sono stati caratterizzati da un largo numero di imprese specializzate in un solo prodotto e di dimensioni relativamente piccole. Intorno al 1958/59 vi erano circa 3,75 esercizi alimentari per ogni mille abitanti, contro circa 1.6 negozi per ogni mille abitanti negli Stati Uniti.(1) La maggior parte

(1) I dati per l'Europa sono basati su: O.E.C.E.- The Economic Performance of Self Service in Europe, Parigi 1960, p.21.

dei negozi europei erano di proprietà di piccoli imprenditori ed usavano pochi impiegati. In Francia per esempio i dati del 1954 indicano che più del 58% dei negozi di generi alimentari erano esercizi portati avanti da una sola persona, ed in Danimarca, Francia, Germania e Norvegia più del 90% dei negozi di generi alimentari avevano quattro o minor numero di impiegati(1). E naturalmente si sa bene che una simile situazione è ancor più vera in Italia.

Ma negli ultimi anni importanti innovazioni sono state operate nel commercio al dettaglio. Una recente pubblicazione dell'OECE(2) ha indicato che i cambiamenti intervenuti dopo il 1954 possono essere definiti "rivoluzionari". Il numero dei negozi di generi alimentari che usano il sistema del self-service, per esempio, è aumentato in Europa Occidentale da circa 6.000 a circa 36.000 in questo periodo. Vi sono però larghe differenze fra paese e paese in questo processo. Nel 1959 vi era un negozio "self-service" per ogni 1.600 abitanti in Svezia, e solo un negozio per ogni 203.000 persone in Italia. Ma anche in Italia l'interesse per l'organizzazione del commercio di generi alimentari in unità di grandi dimensioni ha dimostrato un apprezzabile aumento.

Il fatto è che la distribuzione degli alimentari diviene ogni giorno di più commercializzata. Questo ha delle importanti implicazioni per il produttore agricolo, poichè la qualità del prodotto che

(1) Derohurst J.F., Cappock J.O. e Yates P.L., Europe's Needs and Resources, New York. Twentieth Century Found, 1961.

(2) OECE, op.cit., pag.15

viene richiesta con i moderni metodi di distribuzione è molto differente. E' indispensabile la uniformità del prodotto ed una maggiore regolazione della offerta nel tempo. L'esperienza degli Stati Uniti può essere studiata a questo riguardo. Rapidissimi progressi sono stati compiti nella organizzazione del commercio alimentare in unità di larga scala. E per poter completamente adeguare la produzione agricola con il tipo di distribuzione dei supermercati, è stato necessario sviluppare nuove tecniche amministrative che hanno strettamente integrato e coordinato fra di loro la produzione e le altre fasi del mercato.

Si deve riconoscere, negli Stati Uniti come altrove, che un singolo produttore agricolo, anche di larghe dimensioni, non potrebbe mai soddisfare le necessità di rifornimento di una grossa unità del mercato al dettaglio, ma che piuttosto è necessario di combinare insieme in maniera coordinata il prodotto di un largo numero di unità produttrici. Le unità del commercio al dettaglio di ampie dimensioni devono ottenere la uniformità qualitativa del prodotto, che abbiamo già ricordata, e la regolarità del rifornimento che permetteranno loro una quasi completa routinizzazione della loro attività di compera e vendita, routinizzazione che è necessaria per ottenere minori costi commerciali. Negli Stati Uniti e al fine di ottenere grosse quantità di prodotto sufficientemente uniformi rispetto alle caratteristiche più cruciali del prodotto, i dettaglianti stessi si sono adoperati per incoraggiare un maggior grado di integrazione verticale ai diversi livelli del canale di mercato, e talvolta hanno favorito anche la coordinazione orizzontale fra i produttori agricoli. E' per integrazione non intendiamo qui solamente la fusione delle varie attività in un solo gruppo societario, ma anche quelle forme più elastiche e incomplete

di integrazione, in cui le importanti decisioni al livello della produzione e o del mercato, sono coordinate attraverso contratti di fornitura, o per mezzo di associazioni volontarie, come le copperative di produttori o i gruppi di acquisto dei dettaglianti.

E' chiaro che un processo in tale senso in Europa non seguirà parallelamente la esperienza americana. Ma riguardo al punto centrale da noi sostenuto, della necessità cioè di una maggiore coordinazione fra produzione e mercato esso si dimostrerà vero senza alcun dubbio. Questo ci suggerisce quindi la direzione lungo la quale bisogna muoversi nella zona di Metaponto. La trasformazione dell'agricoltura della zona deve essere orientata verso il mercato. Ciò singifica che i cambiamenti necessari devono tendere ad adeguare alla domanda del mercato l'organizzazione distributrice e trasformatrice locale, e che tali cambiamenti potranno operarsi solo con un più spinto grado di integrazione orizzontale degli agricoltori fra di loro da una parte, e dall'altra dalla integrazione verticale o coordinazione di questi agricoltori, solidiali fra di loro, ed i successivi livelli del canale di distribuzione. Bisogna ricordare però che in molti casi il secondo punto non può che seguire il primo.

Ma vi è ancora qualcosa di dire a proposito di questo adeguamento al mercato. I produttori non devono solo cercare di adeguarsi agli ammodernamenti del mercato locale, ma esser sempre al corrente dei cambiamenti che stanno avvenendo nei sistemi distributivi delle più distanti piazze di sbocco dei loro prodotti. Particolarmente con la completa attuazione del Mercato Comune, i produttori del Mezzogiorno dovranno cercare di espandere le loro vendite in questa più ampia zona di libero scambio. Il soddisfare adeguatamente la domanda dei grossi

supermarkets e dei negozi sel-service richiederà profonde modifiche della produzione e delle operazioni di raccolta del prodotto a livello locale. Ma poichè la distribuzione dei generi alimentari, sia al livello del dettagliante che del grossista, è rimasta in Italia un poco indietro, rispetto agli altri paesi europei, nel processo di ammodernamento, i produttori potrebbero cullarsi in una falsa sensazione di sicurezza se considerano che il problema del mercato sia solo quello di adeguarsi al sistema italiano di distribuzione al dettaglio. E' infatti chiaro che anche il sistema italiano si avvia ad una completa rivoluzione perriguadagnare il terreno perduto nei confronti degli altri paesi.

In ogni caso, perchè gli agricoltori abbiano con chiarezza un'idea dello enorme lavoro di trasformazione che verrà loro richiesto, è necessaria, ancora una volta, una maggiore integrazione degli agricoltori fra di loro, e con il mercato.

I suggerimenti riguardo ai cambiamenti nel settore distributivo da operarsi in una zona come quella di Metaponto possono dividersi in due principali categorie. Da una parte quelli relativi agli interventi pubblici, che per la loro stessa natura devono avere una portata generale ed una visione che abbracci l'intero sviluppo economico della nazione. In questo gruppo ricadono l'istituzione di alcuni servizi, indispensabili al funzionamento di un moderno settore distributivo, quali quello della standardizzazione dei prodotti e quello delle informazioni di mercato, e l'attuazione di una politica della distribuzione che favorisca i cambiamenti che dovranno essere operati dalle

imprese private.

Dall'altra parte una seconda categoria di suggerimenti si riferisce all'azione dei privati, e specialmente nel nostro caso dagli agricoltori. E riguardo a questi dobbiamo concludere che la via per raggiungere un alto grado di commercializzazione dell'agricoltura, o in altre parole la via per adeguare sempre più la produzione agricola alla domanda del mercato, passa nella maggior parte dei casi per la coordinazione ed integrazione degli agricoltori fra di loro.

Molto altro studio sarebbe necessario per indicare gli specifici cambiamenti da operarsi in una zona come Metaponto, e per sviluppare i mezzi necessari per raggiungere questo scopo. Il fine di questa discussione è stato quello di studiare la situazione del sistema distributivo di Metaponto e di indicare i più importanti cambiamenti che stanno avendo luogo nel sistema distributivo dei prodotti alimentari in Europa e di determinare come conseguenza se i rapidi progressi compiuti nella zona fossero adeguati o no.

La conclusione è stata che la situazione al giorno di oggi non è soddisfacente e che vi è necessità di un intervento diretto nello sviluppo della zona, che rivolga maggiormente la sua attenzione alla organizzazione del mercato dei prodotti che risultano o risulteranno dalle trasformate capacità della zona. In questa opera di riorganizzazione non deve essere solo considerata la situazione delle produzione e dei mercati locali, ma anche le necessità in via di rapida trasformazione, del sistema distributivo dei generi alimentari sui grossi e distanti mercati di consumo.

B. Il Mercato di alcuni Prodotti Agricoli

a cura di

Francesco de Stefano

INDICE

IL MERCATO DI ALCUNI PRODOTTI AGRICOLI

1. Introduzione

Le precedenti tre parti del presente rapporto sono state rivolte alla descrizione del territorio oggetto di studio e dell'ambiente umano che lo caratterizza, ed alla determinazione della struttura e del potenziale produttivo dell'agricoltura del Metapontino. Nella sezione A della parte IV sono state descritte le principali istituzioni e strutture di mercato esistenti e sono state sommariamente indicate quelle istituzioni e strutture che ad un primo esame sembrano essere le più confacenti allo sviluppo futuro della zona.

Lo scopo della presente sezione B della parte IV è quello di descrivere generalmente il mercato di alcuni dei prodotti agricoli che, allo stato attuale, potrebbero definirsi "importanti" per il Metapontino.

Il presente rapporto ha carattere del tutto preliminare, e pertanto la ricerca si è mantenuta, anche per i pochi prodotti considerati, ad un livello molto superficiale. Lo studio del mercato di un qualunque prodotto agricolo, e sopratutto la determinazione delle sue capacità future di sviluppo, richiederebbe invece un tipo di ricerca ben diverso. Nel paragrafo 2 abbiamo tentato di indicare quali dovrebbero essere gli elementi fondamentali di una tale ricerca, mentre nel paragrafo 3 abbiamo riferito alcune considerazioni generali e preliminari relative al mercato di alcuni prodotti agricoli. In altre parole, mentre il paragrafo 3 può ritenersi il condensato di uno studio descrittivo di carattere, vorremmo

dire, sintetico, e pertanto necessariamente di portata limitata, il paragrafo 2 può essere considerato come una semplice nota in cui si accenna a come dovrebbe essere articolato uno studio analitico.

I due metodi di ricerca, quello sintetico e quello analitico, non debbono però essere considerati come due metodi alternativi e quindi che si escludono a vicenda. Per condurre uno studio analitico è indispensabile conoscere un mercato sia pure nelle sue caratteristiche più generali. E' indispensabile, quindi, avere a disposizione i risultati di uno studio descrittivo, e tanto meglio se tali studi siano già disponibili per opera di precedenti ricercatori. Ma, d'altro canto, uno studio di carattere generale non può che condurre a risultati di carattere generale. Il massimo che ci si può attendere da una ricerca di tipo sintetico, condotta attraverso la descrizione anche accurata di un mercato, è la formulazione di tutta una serie di ipotesi riguardanti sia l'individuazione dei problemi che l'identificazione delle loro cause e dei loro effetti. Ma per vagliare opportunamente tali ipotesi, per accettarle o respingerle, per misurarne la portata, e per trarre indicazioni circa l'evolversi futuro di determinate situazioni, è necessario spingere la ricerca più a fondo. E' necessario, cioè, scomporre il mercato nei singoli elementi che lo costituiscono ed analizzare tali elementi separatamente. Solo così facendo si esce dal campo delle congetture, e si ottengono, dalla ricerca, quelle risposte la cui necessità si fa oggi tanto più sentire quanto più importanti sono i problemi, e maggiore è l'interesse di raggiungere determinati obiettivi.

2. Principi generali per uno studio analitico del mercato

Lo sviluppo economico ottimale del Metapontino, e di qualun-

que altra regione agricola, dipende sia dalla qualità e quantità di risorse disponibili e dalle possibilità produttive della zona, che dalla capacità di sviluppo dei mercati e delle altre regioni produttrici che gravitano sugli stessi mercati.

Per quanto riguarda il Metapontino, le possibilità di mercato potrebbero in prima approssimazione essere rappresentate dai prezzi alla azienda dei vari prodotti agricoli in condizioni diverse.

Ma per una zona in fase di sviluppo bisogna riconoscere che spesso i prezzi all'azienda rappresentano degli indicatori molto imprecisi delle capacità reali di assorbimento del mercato. E comunque, alcuni dei prodotti che potrebbero venire coltivati nella regione a sviluppo avvenuto possono non essere compresi affatto fra le colture esistenti allo inizio dello sviluppo stesso.

Queste considerazioni, in aggiunta al fatto che il Metapontino produrrà gli stessi prodotti congiuntamente ad altre regioni, in Italia ed all'estero, per rifornire un mercato geograficamente ben più vasto della sola zona di produzione, rendono necessario considerare i problemi di mercato del Metapontino nella cornice più vasta e complessa dell'intero mercato nazionale ed estero, sia per i prodotti attualmente coltivati che per quelli coltivabili in futuro, nella regione in esame.

In termini generali, quindi, le possibilità di mercato per i prodotti del Metapontino, o per gli stessi prodotti con le stesse caratteristiche mercantili ottenuti in altre regioni del Mezzogiorno, sono identiche. Sarebbe perciò conveniente esaminare le caratteristiche e le prospettive del mercato, nazionale e di esportazione, per un dato prodotto, e quindi considerare più particolarmente in che modo la produzione, o per meglio dire la offerta di una data regione si differenzi dall'offerta di altre regioni. Dalla conoscenza di tali differenze si potrebbe risalire

a stabilire l'esistenza di vantaggi o svantaggi di una regione nella sua posizione rispetto al mercato relativamente ad altre regioni. L'entità di tali vantaggi, essendo riflessa dal comportamento dei prezzi nelle varie regioni, potrebbe, in alcuni casi, essere valutata addirittura in termini monetari.

Uno studio del genere, certamente complesso e laborioso, dovrebbe essere condotto separatamente per ogni prodotto che figura fra le possibili alternative produttive dell'agricoltura di Metaponto.

Per ogni singolo prodotto, la prima fase del lavoro dovrebbe essere diretta a determinare approssimativamente la struttura della produzione, dei consumi, dei prezzi e magari degli scambi all'interno del territorio nazionale. Successivamente, bisognerebbe ottenere il maggior numero di informazioni possibili sui più importanti mercati di esportazione, con particolare riferimento alle importazioni che questi mercati effettuano da paesi diversi dall'Italia. Ciò servirebbe ad individuare quali siano, fra i vari paesi stranieri, i più temibili concorrenti dell'Italia nel commercio internazione attuale ed in quello futuro. Infine, tutte le informazioni così raccolte dovrebbero essere esaminate per individuare la posizione competitiva del Metapontino, determinandone i vantaggi e gli svantaggi relativi, nell'ambito del quadro generale del commercio nazionale ed estero, e dovrebbero essere opportunamente elaborate per ricavare indicazioni sulle prospettive future.

A questo punto bisogna subito chiarire che, nel trattare del mercato di un prodotto agricolo, è indispensabile riconoscere che esso ha almeno tre dimensioni principali. Un "mercato", infatti, può generalmente definirsi come il meccanismo economico che mettendo in contatto la domanda e l'offerta, stabilisce automaticamente il livello dei prezzi, permettendo simultaneamente che il processo di scambio abbia luogo.

Elementi fondamentali di un mercato così definito sono quindi la domanda e l'offerta. Orbene, anche relativamente allo stesso prodotto, due mercati possono differenziarsi ogni volta che le caratteristiche fisiche della domanda e dell'offerta risultino differenti.

Così, il mercato del pomodoro negli Stati Uniti sarà differente dal mercato del pomodoro in Italia, il mercato del pomodoro primaverile sarà diverso da quello del pomodoro estivo, il mercato dei derivati industriali sarà diverso da quello del pomodoro propriamente detto. I mercati quindi possono differire in senso geografico, in senso stagionale, e per quanto riguarda il grado di trasformazione del prodotto. Le tre dimensioni sono perciò quelle relative allo spazio, al tempo, ed alla forma del prodotto cui una determinata domanda ed una determinata offerta si riferiscono.

E' necessario, quindi, prima di iniziare la ricerca, definire il mercato che si intende studiare anche in base a questi tre attributi, tenendo presente che spesso un mercato che sembrerebbe unico è in realtà formato da più mercati diversi in una o più di queste tre dimensioni, e che comunque le conclusioni cui si giunge per uno dei mercati così definiti possono essere sostanzialmente diverse da quelle relative ad un altro.

Una volta che si sia proceduto ad una tale definizione si potrà iniziare l'analisi delle componenti specifiche del mercato cui si è accennato prima.

La prima di queste, la domanda, in realtà richiede che vengano prese in esame un numero piuttosto elevato di variabili. Innanzi tutto, sarebbe necessario poter ottenere misure quantitative dei consumi pro-capite, sia per i principali paesi esteri importatori, che per l'Italia. Per quest'ultima anzi sarebbe senza dubbio interessantissimo poter disporre di stime a carattere regionale piuttosto che di stime globali riferentesi al consumo nazionale.

Successivamente, si dovrebbe esaminare il modo in cui variano i consumi di un determinato prodotto al variare di un certo numero di fattori che possono essere considerati più importanti nell'influenzare i consumi stessi.

Il primo tipo di ricerca che vorremmo indicare è rappresentato dalle analisi delle relazioni sussistenti fra il reddito ed i consumi. Tali analisi generalmente riguardano ricerche condotte nello stesso periodo di tempo su diversi gruppi di individui con reddito differente per esaminare il loro comportamento nei riguardi dei consumi, e sopratutto per tentare di stabilire in che modo vari il consumo di un determinato prodotto alimentare fra gruppi di individui aventi reddito diverso, ma trovantisi nelle stesse condizioni per tutto ciò che riguarda le altre variabili economiche capaci di influenzarne il comportamento. Uno studio del genere è quello comunemente indicato come "analisi dei bilanci familiari".

Si potrebbero in tal modo determinare le cosiddette "curve di Engel" e le funzioni di consumo relative al prodotto in esame.

Tali ricerche dovrebbero esaminare periodi di tempo successivi per mettere in luce qualunque possibile cambiamento nel tempo delle relazioni fondamentali, allo scopo di poterne stabilire le cause.

Studi del genere evidentemente richiedono una certa abbondanza di dati statistici, il più possibile esatti. Purtroppo però dobbiamo riconoscere che, al momento attuale, in Italia siamo ben lontani da una situazione del genere. Potrebbe quindi essere desiderabile, ed in alcuni casi addirittura necessario, che il ricercatore sviluppi da se le proprie statistiche, magari ricorrente a rilevazioni parziali con l'ausilio delle moderne tecniche campionarie. Vi è da rilevare però che spesso l'uso di tali procedimenti è limitato dalla disponibilità di tempo, di denaro e magari anche di personale specializzare a condurre inchieste del genere.

Un'altra alternativa a tale tipo di ricerche può essere in alcuni casi rappresentata da una indagine basata sull'esame delle appropriate serie storiche, dove però si riesca ad isolare l'effetto del reddito da quello delle altre variabili del sistema.

Bisogna però avvertire che l'analisi delle serie storiche presenta spesso delle difficoltà particolari, dovute essenzialmente al fatto che, nel considerare un periodo di tempo sufficientemente lungo, sarebbe necessario prendere in esame un numero molto elevato di variabili, a volte non quantificabili o addirittura nenache identificabili. E ciò per tener conto del continuo modificarsi nel tempo delle condizioni capaci di influenzare il fenomeno che si intende studiare. Mentre d'altro canto, se si considera un periodo di tempo piuttosto breve, si è costretti a lavorare con un numero di dati troppo limitato.

In termini analitici per "domanda" si intende la relazione che lega le quantità di un determinato prodotto che verrebbero acquistate a determinati prezzi alternativi, dati i gusti dei consumatori, il livello e la distribuzione dei redditi, i prezzi di altri beni, ecc. Quindi, per ogni prodotto, la domanda è rappresentata da una relazione fra prezzi e quantità, relazione che è destinata con tutta probabilità a cambiare qualora avvengano mutamenti nei gusti, nei redditi e nei prezzi di altri beni. Da un punto di vista della ricerca, quindi, l'analisi della domanda richiede non solo la determinazione della relazione suddetta fra prezzi e quantità, ma anche l'investigazione del modo in cui tale relazione viene a mutare in dipendenza di cambiamenti nei vari fattori che influenzano la domanda stessa.

E' chiaro, a questo punto, che uno dei primi compiti del ricercatore è proprio quello di stabilire quali siano, oltre i gusti ed il red-

dito, i principali fattori che influenzano la domanda. Ci riferiamo qui al problema di specificare quali siano i più importanti prodotti i cui cambiamenti nei prezzi o nei consumi abbiano la capacità di influenzare in modo sensibile la domanda. O, più particolarmente, al problema di riconoscere i più importanti beni sostitutivi o complementari con il consumo del prodotto in esame.

In breve, studi di questo tipo saranno rivolti a determinare quantitativamente i valori delle elasticità rispetto al prezzo, rispetto al reddito, e della elasticità indiretta della domanda che si vuole esaminare. Tali elasticità possono essere calcolate dopo che si siano determinate, con l'ausilio del metodo statistico, le caratteristiche della curva di domanda cui si riferiscono. E' inutile indicare l'importanza che la conoscenza dei valori di tali elasticità rivestirebbe per il ricercatore. I valori numerici ottenuti dal calcolo rappresentano, infatti, le misure percentuali della variazione del consumo del prodotto in esame in corrispondenza di una variazione dell'un per cento nel prezzo di quel prodotto, o nel reddito, o nel prezzo degli altri prodotti consumati congiuntamente al primo.

Queste elasticità possono essere studiate adoperando dati derivati da serie storiche, o da indagini campionarie, oppure da opportune combinazioni di questi due. Analisi della domanda possono essere condotte ai diversi livelli del canale commerciale, vale a dire alla produzione, al consumo, oppure in una qualunque delle diverse fasi del commercio all'ingrosso o al dettaglio, in termini di domanda nazionale o pro-capite, con l'aiuto di tutta una gamma di strumenti statistici ed econometrici. Primi fra questi i metodi basati su un uso oculato, intelligente e, vorremmo aggiungere, prudente della analisi di correlazione e di regressione, semplice o multipla. Ma, indipendentemente dai metodi adoperati sarebbero neces

sario dati sicuri sui prezzi, sulle quantità, sui redditi, sulla popolazione, ecc.

Di particolare interesse sarebbe lo studio del modo in cui la domanda di un determinato prodotto, in Italia ed all'estero, muta nel tempo. Ciò non solo a scopo previsionale, ma anche per tentare di stabilire quali possano essere le variabili economiche su cui si possa agire per aumentare la domanda.

E' infatti possibile in alcuni casi, aumentare gradatamente nel tempo il livello della domanda agendo non già direttamente sulla domanda stessa, ma piuttosto modificando opportunamente il valore di alcune variabili capaci di influenzarla. Per fare un esempio possiamo indicare la pubblicità come uno dei metodi indiretti per modificare la domanda. Esempi di pubblicità nel settore dei prodotti agricoli si osservano sempre più numerosi non solo nel commercio interno di paesi come gli U.S.A., ma anche in Europa. Basterà ricordare che alcuni prodotti frutticoli italiani stanno perdendo terreno sui mercati esteri, secondo molti esperti, proprio in conseguenza di una ben organizzata campagna pubblicitaria condotta da paesi concorrenti.

Meriterebbero attenzione i cambiamenti nella domanda associata con lo sviluppo economico di una data regione, o di una nazione. Quando i redditi pro-capite e globali aumentano, quando i gusti e le preferenze dei consumatori si modificano, quando la struttura dei prezzi viene alterata, anche le varie domande per beni e per servizi vengono influenzate.

Studi di domanda potrebbero essere condotti a livello locale, regionale, nazionale ed internazionale, e funzioni di domanda dovrebbero essere stimate sia per i mercati nazionali che esteri, badando alle modifiche che possono essere apportate alla struttura attuale dei mercati da accordi come il Trattato di Roma. Tali studi sono necessari per fornire

una base alla ricerca rivolta alla previsione di futuri cambiamenti nella domanda conseguenti alle prevedibili modifiche nelle correnti commerciali.

Altri elementi fondamentali di un mercato, insieme ai consumi ed alla domanda, sono rappresentati dalla produzione e dall'offerta. Di essi si è già parlato dettagliatamente all'inizio della parte III del presente rapporto. Noi vorremmo qui aggiungere che l'investigazione deve essere spinta ad accertare le possibilità e le caratteristiche produttive sia delle altre regioni italiane concorrenti con il Metapontino, che quelle di quei paesi esteri le cui esportazioni avvengono in concorrenza con le esportazioni italiane.

I tipi di indagine economica della produzione agricola cui si è accennato nella parte III forniscono certamente gli elementi analitici migliori su cui basare la determinazione della funzione di offerta. Bisogna notare però che spesso, per una analisi di mercato, può essere sufficiente accertare in termini più generali come la produzione nel suo aggregato risponda a cambiamenti nei prezzi. La sensibilità dell'offerta a cambiamenti nei prezzi nel lungo e nel breve periodo riflette infatti il comportamento produttivo di una intera regione, anche se ci dice poco o nulla sul comportamento delle singole aziende produttrici.

D'altro canto, mentre è evidente che spesso uno studio condotto su un aggregato è di più facile realizzazione di una serie di studi analitici condotti a livello aziendale, è anche vero che un tale studio può fornire informazioni interessanti di tipo diverso, quali per esempio quelle relative ai cicli produttivi di varia natura, agli effetti sull'offerta di cambiamenti passati nei prezzi, ecc.

I concetti ed i risultati delle ricerche cui si è fin qui accennato, oltre ad avere una propria utilità ed importanza pratica, possono venire utilizzati per esaminare il meccanismo della formazione del

prezzo in mercati di vario tipo. Le interazioni fra le funzioni di domanda e di offerta nel generare i prezzi realizzati in un mercato possono essere analizzate per accertare i fattori di natura economica ed istituzionale che influenzano la formazione dei prezzi, e per stabilire la natura della instabilità dei prezzi e della loro variabilità nello spazio, nel tempo ed ai diversi livelli distributivi fra produttori e consumatori. L'analisi comparativa fra più prodotti o più mercati con riguardo al comportamento dei prezzi può fornire le basi per una classificazione empirica dei mercati e per la formulazione di un giudizio sulla efficienza del sistema.

I suddetti elementi sono inoltre indispensabili per stabilire economicamente quale sia la migliore localizzazione dell'attività produttiva vera e propria, e degli impianti di trasformazione. Tali studi richiedono che si accertino quali siano i vantaggi relativi di una regione rispetto ad un'altra, i costi di trasporto e di distribuzione insieme ai costi di produzione, le possibilità di scelta fra i diversi centri alternativi di produzione e di consumo, ecc.

Tutti questi studi sono basati in buona parte su informazioni tratte da indagini del tipo di quelle che abbiamo fin qui menzionato nel campo dell'offerta e della domanda, e di molte altre avremmo voluto dar cenno nell'ambito dello specifico settore dell'economia di mercato che stiamo trattando. Non riteniamo utile, però, continuare ad elencare possibili alternative di ricerca. Il nostro scopo era solo quello di accennare ad alcuni dei problemi e degli interrogativi che noi stessi, quali ricercatori, vorremmo tentare di risolvere, prima di sentirci in grado di emettere un giudizio o una previsione sul mercato e sulle prospettive che si offrono ai prodotti agricoli del Metapontino, o di qualunque altra regione agricola, in cui lo scopo dell'attività produttiva sia non già

il rifornimento di un ristretto mercato locale, ma piuttosto la vendita, in concorrenza con altre regioni, in un vasto e complesso sistema di mercati più o meno intercomunicanti.

3. Prime risultanze di uno studio preliminare per alcuni prodotti

Come già precedentemente accennato, la ricerca fino a questo momento effettuata pur non essendo stata esclusivamente descrittiva, non è stata tuttavia condotta con i criteri analitici che abbiamo descritto. Non poteva esserlo, dati i limiti di tempo che ci eravamo prefissi e dato che non si era ancora scelto un oggetto, o per meglio dire, un numero di oggetti specifici della ricerca. Nè voleva esserlo, perchè si è voluto condurre una indagine preliminare di carattere esplorativo.

Abbiamo raccolto tutta una serie di informazioni su un certo numero di prodotti agricoli di maggiore importanza nello sviluppo agricolo prevedibile del Metapontino. Nelle pagine che seguono abbiamo illustrato il materiale da noi raccolto per 5 di tali prodotti, e particolarmente, nell'ordine :

I aranci
II mandarini
III pesche
IV uva da tavola
V pomodori

Le informazioni riportate sono state tutte attinte dalla statistica ufficiale e dalla letteratura disponibile, e le fonti relative sono via via citate.

A tali informazioni sono stati aggiunti i risultati di alcune nostre elaborazioni, che abbiamo anche tentato di interpretare in prima approssimazione.

La ricerca effettuata è stata quindi piuttosto elementare, anche se la raccolta delle varie notizie ha rappresentato una mole di lavoro non indifferente. Malgrado la semplicità dello studio, però, sono stati messi in luce un certo numero di problemi che meriterebbero attenzione, e sono stati sollevati parecchi interrogativi cui sarebbe interessante ed utile tentare di dare risposta.

ARANCI E MANDARINI

La produzione nazionale di arance e mandarini, seguendo un trend iniziatosi ormai da tempo, è in continua espansione, per effetto sopratutto della entrata in produzione di nuovi impianti. Ci si trovava, nel 1960 a livelli della produzione globale che superavano i 7 milioni di quintali per le arance, e di oltre 1,1 milione di quintali per i mandarini; per questi ultimi, anzi, gli incrementi produttivi registrati nell'ultimo decennio erano maggiori che per gli aranci.

Tab. 1 - Produzione nazionale (000 q.li)

	1948	49	50	51	52	53	54	55	56
Aranci	3.884	3.178	5.547	4.997	5.504	5.820	5.682	6.228	5.695
Mandarini	823	760	934	848	903	1.001	922	1.038	1.012

	1957	58	59	60
Aranci	6.252	7.297	7.131	7.096
Mandarini	1.058	1.130	1.182	1.147

L'espansione continua dell'offerta crea perciò tutta una serie di interrogativi riguardanti quali volumi di produzione verranno raggiunti nei prossimi anni. Non esistono purtroppo a riguardo stime precise, ma una indicazione, sia pure molto approssimata e grossolana, ottenuta estrapolando al 1970 i trends manifestatisi per gli ultimi dieci anni, indica che per gli aranci si dovrebbero raggiungere livelli di produzione di circa 9,5 - 10 milioni di quintali, mentre per i mandarini la produzione dovrebbe essere di circa 1,5 - 1,6 milioni di quintali (fig. 1). Conviene rilevare che le maggiori tendenze all'espansione della produzione si verificano prevalentemente in Puglia e Calabria.

Per quanto riguarda la localizzazione geografica della produzione, basterà ricordare che la Sicilia da sola produce circa il 60% delle arance ed il 60% dei mandarini italiani, la Calabria il 22-23% delle arance ed il 3-6% dei mandarini, la Campania il 9% delle arance ed il 11-13% dei mandarini, la Puglia il 2-3% delle arance ed il 7-9% dei mandarini.

La distribuzione della produzione di aranci per varietà secondo uno studio condotto dall'ICE, era nel 1954-55 la seguente :

ARANCE E MANDARINI

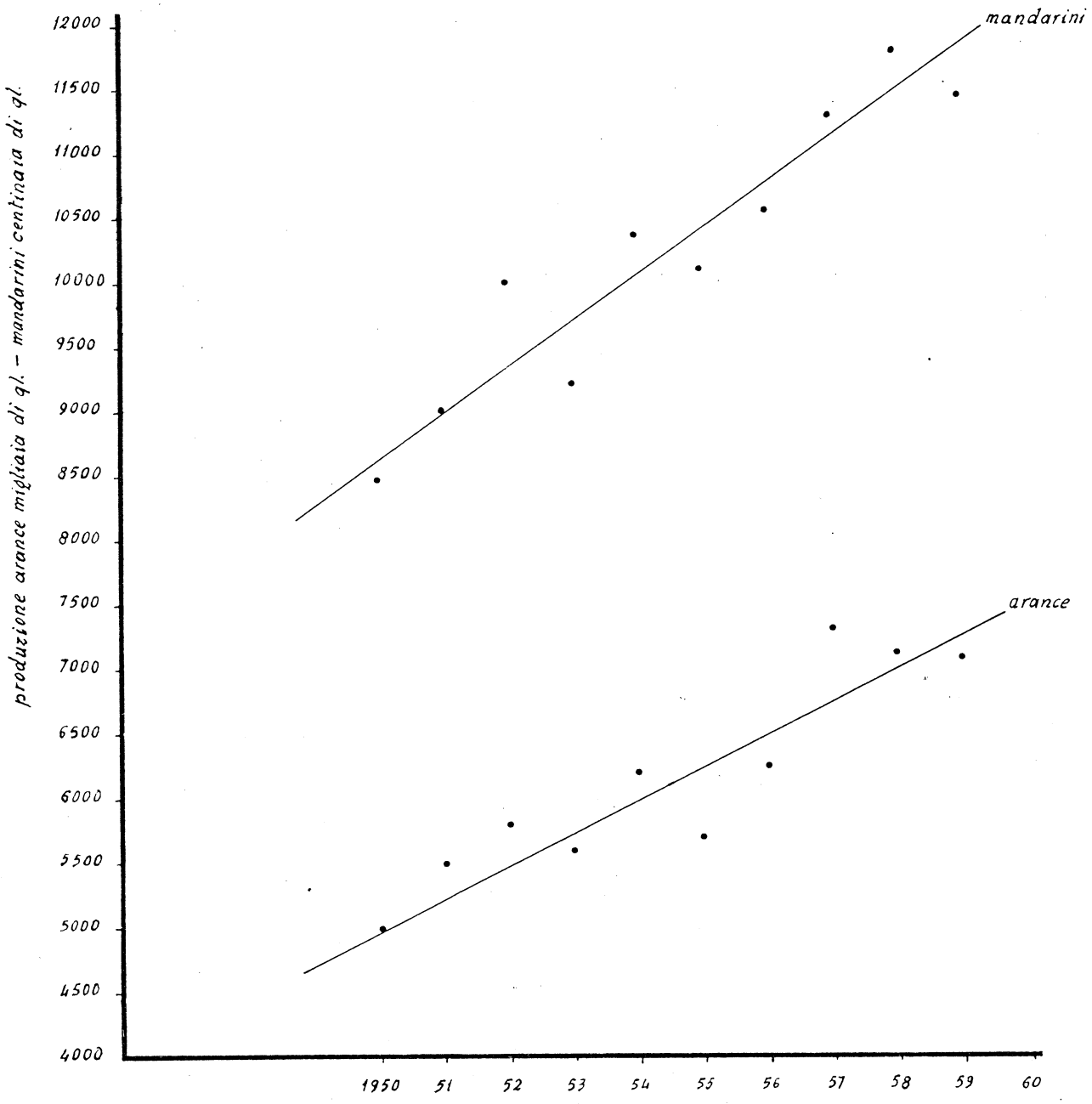


fig. 1

Distribuzione della produzione di arance per varietà

ARANCE

Regioni	Biondo				Pigmentato				Totale gen.
	Comuni	Ovali	Altre	Produz. totale	Sanguigne e Sanguelle	Moro e Tarocco	Altre	Produz. totale	
	(000 q.li - 1954-55)								
Sicilia	925	336	22	1.310 (37%)	1.670	557	43	2.270 (63%)	3.580 (100)
Calabria	747	-	-	747 (70%)	300	22	-	322 (30%)	1.069 (100)
Puglie	84	-	4	88 (94%)	2	2	2	6 (6%)	94 (100)
Campania	475	-	-	475 (95%)	24	-	-	24 (5%)	499 (100)
Lazio	261	-	-	261 (90%)	25	4	1	29 (10%)	290 (100)
Sardegna	38	-	-	38 (100%)	-	-	-		38 (100)
Altre reg.	113	-	-	153 (100%)	-	-	-	-	153 (100)

FONTI : ICE "Relazione sull'attuale situazione dell'agrumicoltura italiana" - Bozze di stampa - ottobre 1957 -

Lo stesso studio dell'ICE riporta il seguente calendario medio di raccolta :

Calendario medio di raccolta per specie, regioni e varietà

A R A N C E

Sicilia	Biondo comune	- Periodo di raccolta:	2^/3^ decade dicembre a 1^ decade aprile
	Ovale	id.	2^/3^ decade marzo a 3^ decade maggio
	Sanguigno	id.	2^/3^ decade dicembre a 1^ decade aprile
	Sanguinello	id.	3^ decade dicembre a 1^ decade aprile
	Moro	id.	3^ decade novembre a 3^ decade febbraio
	Tarocco	id.	2^ decade dicembre a 3^ decade febbraio
Calabria	Biondo comune	id.	3^ decade dicembre a 1^ decade aprile
	Sanguigno	id.	id.
Puglia	Biondo comune	id.	3^ decade novembre a 3^ decade aprile
Campania	Biondo comune	id.	metà dicembre a giugno-primi aprile
Lazio	Biondo comune	id.	3^ decade novembre a metà marzo

ARANCE E MANDARINI

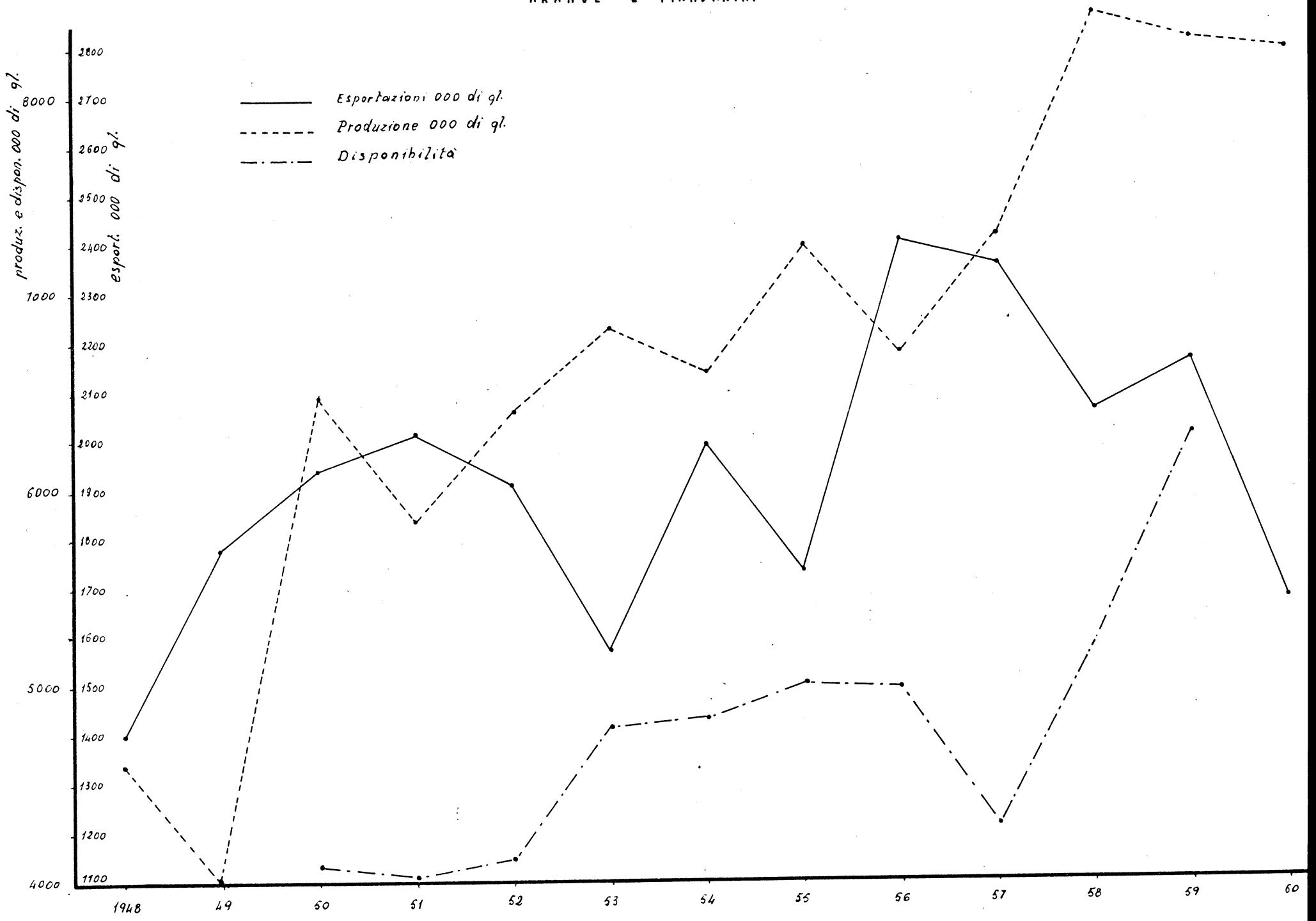


fig. 1 bis

M A N D A R I N I

Sicilia	Provincia di Palermo	Periodo di raccolta:	1^ decade novembre a 1^ decade marzo
	Provincia di Catania	id.	2^ decade novembre a 1^ decade marzo
Calabria		id.	1^ decade novembre a fine febbraio
Puglie		id.	1^ decade novembre a fine gennaio
Campania	Zona Flegrea	id.	metà novembre a metà gennaio
	Altre zone	id.	metà dicembre a metà gennaio

FONTI - op. citata -

Allo scopo di ricavare indicazioni più precise circa la stagionalità della offerta nazionale di questi due prodotti, nell'impossibilità di ottenere dati direttamente sulle produzioni, si è pensato di esaminare la distribuzione media mensile delle esportazioni, nell'ipotesi semplificatrice che i periodi di produzione corrispondano con quelli di esportazione.

Qui appresso vengono riportate le medie mensili per cinque anni dal 1954-55 al 1958-59 delle esportazioni italiane. La distribuzione di tali esportazioni medie è stata anche riportata in grafico (figura 2.).

Esportazioni italiane, media anni 1954-55;55-56;56-57;57-58; 58-59, in 000 q.li -

Mese	Arance	Mandarini
Gennaio	391,9	133,4
Febbraio	395,2	41,4
Marzo	383,2	1,8
Aprile	176,9	-
Maggio	69,2	-
Giugno	11,8	-
Luglio	0,2	-
Agosto	0,1	-
Settembre	0,1	-
Ottobre	1,3	-
Novembre	63,6	48,2
Dicembre	285,9	230,4

FONTI - nostra elaborazione su dati riportati da : Platzer "Produzione e mercato degli agrumi" in Strutture e Mercati dell'Agricoltura Meridionale - Cotone, Agrumi - Cassa per il Mezzogiorno, 1960 -

Anche la domanda nazionale di aranci e mandarini è in espansione, vuoi per l'accrescimento naturale della popolazione, vuoi per l'aumento dei consumi unitari dovuto prevalentemente all'aumento dei redditi pro-capite. Non è da escludere però che si stia verificando anche un mutamento

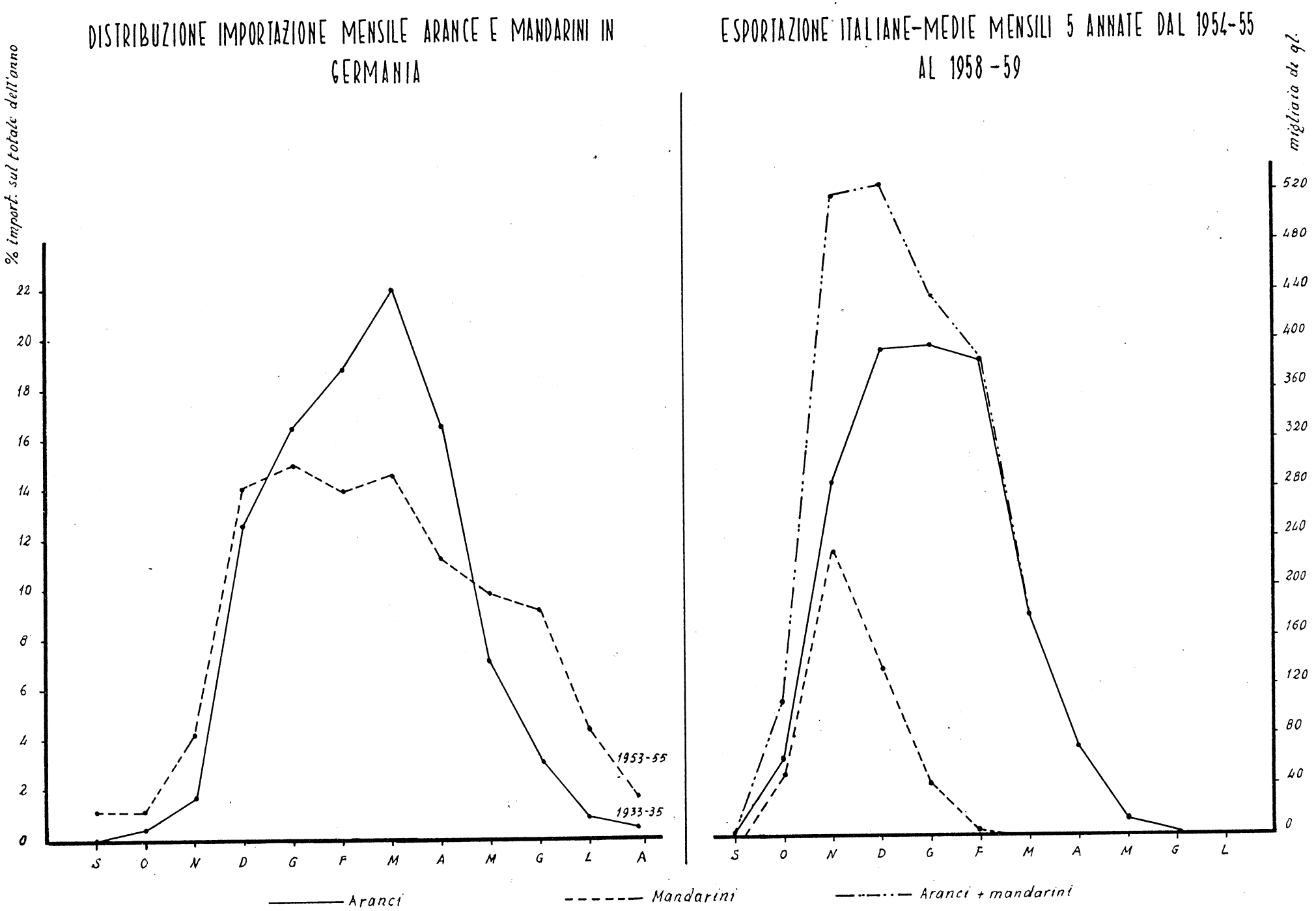

DISTRIBUZIONE IMPORTAZIONE MENSILE ARANCE E MANDARINI IN GERMANIA
% import. sul totale dell'anno
22
20
18
16
14
12
10
8
6
4
2
0
S O N D G F M A M G L A
1953-55
1933-35
ESPORTAZIONE ITALIANE-MEDIE MENSILI 5 ANNATE DAL 1954-55 AL 1958-59
migliaia di ql.
520
480
440
400
360
320
280
240
200
160
120
80
40
0
S O N D G F M A M G L
Aranci
Mandarini
Aranci + mandarini

fig. 2

nelle preferenze dei consumatori a favore di questi prodotti; una tale ipotesi, non ancora sufficientemente studiata, meriterebbe un esame più attento in vista delle conseguenze che tali mutamenti potrebbero avere in futuro sulla dinamica dei consumi.

La domanda nazionale assorbe oggi circa l'80% della produzione italiana. Ci troviamo, infatti, per il 1960 ad un livello delle disponibilità nazionali di circa 6,5 milioni di quintali, livello forse eccessivamente alto a causa della flessione subita dalle nostre esportazioni negli ultimi anni.

- Disponibilità nazionale = Produzione nazionale - esportazioni nette (000 q.li)

	1948	49	50	51	52	53	54	55	56
Aranci	2.786	1.759	4.065	3.280	3.898	4.531	3.975	4.822	3.697
Mandarini	523	396	479	459	596	714	642	703	598

	1957	58	59	60
Aranci	4.424	5.707	5.480	5.776
Mandarini	528	660	665	803

Sarebbe oltremodo interessante, per poter formulare delle previsioni circa l'andamento futuro del mercato di questi prodotti, di poter disporre di stime accurate dei consumi negli anni da venire. Merita a tale riguardo attenzione lo studio effettuato recentemente dalla Prof.ssa Cao Pinna sulle prospettive dei consumi alimentari in Italia.[1]

1/ Istituto Italiano per gli Studi sui Consumi "Le prospettive dei consumi alimentari in Italia", Bozze di stampa, Conferenza Nazionale del Mondo Rurale e dell'Agricoltura, Roma 8 Giugno 1961.

In tale studio i consumi nazionali pro-capite sono stati proiettati al 1970, e la proiezione per arance e mandarini presi nel loro complesso indicherebbe, per quell'annata, un consumo di Kg. 14 pro-capite. Questo dato, insieme alle previsioni della popolazione effettuate dall'OECE,[1] indicherebbe che, nelle stesse situazioni di prezzi che hanno prevalso nelle annate scorse, e senza tenere conto delle flessioni nelle esportazioni recentemente verificatesi, il consumo globale italiano di aranci e mandarini dovrebbe aggirarsi nel 1970 intorno ai 7,5 milioni di quintali. Bisogna rilevare però che questa previsione, ai fini di uno studio di mercato a lungo termine, è solo parzialmente utile. Molto più interessante sarebbe infatti poter dire qualche cosa di più preciso non solo sui consumi futuri prevedibili di aranci e mandarini separatamente, ma anche sulle preferenze che vanno sviluppandosi nei consumatori a favore di una varietà, o gruppo di varietà, piuttosto che di altre, ed a favore dei prodotti trasformati.

Per questi ultimi bisogna rilevare che i consumi italiani sono ancora molto bassi, specialmente se paragonati a quelli di alcuni altri paesi più progrediti (specialmente gli USA), in cui sembra addirittura che i consumatori tendano a volte a sostituire il consumo diretto di arance con quello dei succhi derivati dalle stesse. Per quanto riguarda l'evolversi della domanda italiana di aranci e mandarini, attenzione particolare meriterebbe lo studio delle sue elasticità rispetto al prezzo ed al reddito, per poter ottenere indicazioni circa gli effetti che i futuri prevedibili mutamenti in queste due variabili fondamentali potranno avere sul consumo di tali prodotti.

La domanda estera assorbe oggi circa un quinto della produzione italiana.

1/ OECE, L'évolution démographique en Europe Occidentale, Paris, 1956.

Esportazioni netto (000 q.li)

	1948	49	50	51	52	53	54	55	56
Aranci	1.099	1.419	1.482	1.717	1.606	1.289	1.707	1.406	1.998
Mandarini	300	364	455	389	307	287	280	335	414

	1957	58	59	60
Aranci	1.828	1.590	1.651	1.320
Mandarini	530	470	517	344

Un fenomeno allarmante si è però andato delineando in questi ultimi anni. E cioè, la perdita di terreno della produzione italiana sui mercati esteri. Questo fenomeno, piuttosto recente, trova conferma più che nelle statistiche dell'esportazione (fig. 3), nel fatto che le esportazioni da parte di altri paesi produttori sui mercati tradizionalmente serviti dall'Italia sono andate via via aumentando.

Arance e mandarini - esportazioni totali di alcuni paesi (000 tonn.)

	1948-52	1956	1957	1958	1959
Algeria	169	184	274	209	225
Israele	156	246	264	266	237
Italia	183	241	236	206	217
Marocco	106	143	221	239	270
Spagna	526	379	459	732	784
Sud Africa	115	197	228	198	207

FONTI - FAO - Roma

La dinamica delle importazioni nella Germania Federale, che da sola assorbe oltre il 40% della nostra esportazione di arance, e circa il 60% di quella di mandarini, è stata la seguente :

Percentuale importazioni in Germania per paesi di provenienza

	Aranci				Mandarini			
	1957	1958	1959	1960	1957	1958	1959	1960
Israele	5	6	7	9	-	-	-	-
Italia	16	12	11	11	70	72	62	70
Marocco	7	7	11	13	-	2	6	12
Spagna	46	62	58	53	25	21	28	15
Sud Africa	10	6	7	8	-	-	-	-
Altri Paesi	16	7	6	6	5	5	4	3

Tra i paesi che maggiormente hanno migliorato le loro posizioni sono il Marocco ed Israele, mentre è evidente il regresso dell'Italia nel settore degli aranci. Bisogna rilevare però che su altri mercati di esportazione (Paesi Bassi, Regno Unito) il regresso è avvenuto anche nel settore dei mandarini.

Le ragioni delle diminuzioni delle esportazioni italiane sono da ricercare oltre che nei prezzi più bassi delle produzioni dei paesi concorrenti su alcuni mercati più lontani dall'Italia, anche in una spesso cattiva presentazione dei nostri prodotti, e nel fatto che le varietà italiane debbono a volte cedere il passo ad altre varietà che, presenti negli assortimenti mercantili di altri paesi, sono invece assenti dalla nostra offerta all'esportazione. Tale è il caso, ad esempio, dei clementini che vengono

ARANCE E MANDARINI

prezzo lire

8000 7500 7000 6500 6000 5500 5000 4500 4000

esport. mandarini 1000 ql.

600 500 400 300 200

esport. arance 1000 ql.

1800 1700 1600 1500 1400 1300 1200

1950 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60

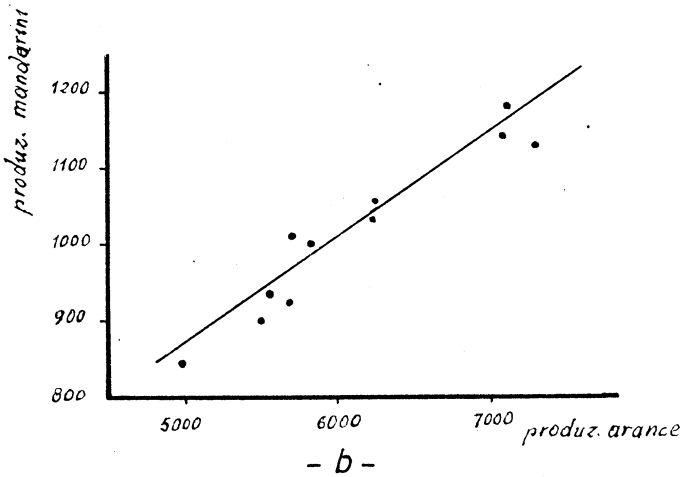
esport. mandarini

mandarini prezzo nazionale

arance prezzo nazionale

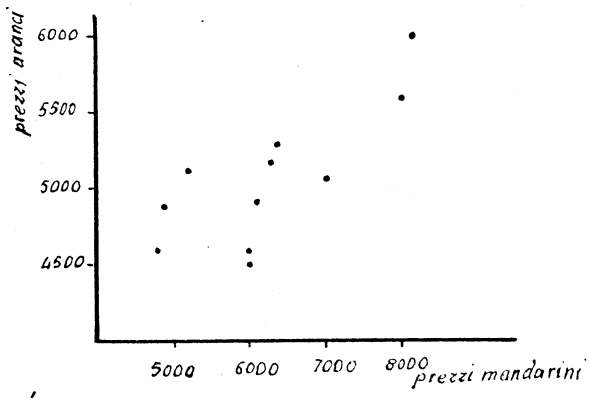
esport. arance

fig. 3



- b -

fig. 4



- a -

sempre di più preferiti ai nostri mandarini, o delle arance italiane che per avere spesso un sapore acidulo o per essere provviste di semi vengono sostituite dal prodotto o da varietà (es. Navel) provenienti da altri paesi. Giova ricordare, a questo punto, le conclusioni a cui alcuni studiosi[1] sono giunti circa le prospettive del mercato degli agrumi nell'Europa occidentale, Regione Mediterranea e Sud Africa nel 1965.
Per tale data essi prevedono nelle suddette regioni un aumento della produzione di arance e mandarini fino a circa 4,6 milioni di tonn., ed un aumento delle esportazioni globali fino a 3,7 milioni di tonn., da collocare prevalentemente sul mercato europeo. Sicchè, anche tenendo conto dell'aumento dei consumi, gli Autori prevedono che per la data indicata, le difficoltà dei Paesi esportatori si saranno notevolmente accresciute.

E' facile quindi desumere, da quanto ora riportato, che le difficoltà al collocamento del prodotto italiano sono piuttosto destinate ad aumentare che a diminuire, e che comunque, la concorrenza da parte degli altri paesi esportatori è certamente destinata a farsi più severa. Questa ipotesi è ancora più avvalorata dalla considerazione che i Paesi Mediterranei non tradizionalmente esportatori hanno oggi una agrumicoltura tecnicamente moderna, basata sulla coltivazione di varietà che trovano sempre maggior favore sui mercati europei, le cui esportazioni, mentre da una parte sono spesso sorrette da una attiva politica di propaganda, sono dall'altra opportunamente disciplinate da una serie di norme volte a tutelare la presentazione della merce sui mercati esteri.

Per quanto riguarda l'andamento passato dei prezzi, un primo esame delle serie relative sembrerebbe mostrare una tendenza ascensionale

1/ L. Goreux, J. Wolf, "Perspectives du marché des agrumes en Europe occidentale en 1965", FAO, 1960.

per i mandarini, ed una relativa stazionarietà per gli aranci.

Prezzo medio nazionale (q.li)

Anno	Aranci		Mandarini	
	In moneta corrente	In moneta costante 1960	In moneta corrente	In moneta costante 1960
1950	5.305	7.485	6.362	8.977
51	4.884	6.281	4.923	6.331
52	5.182	6.393	6.347	7.830
53	4.573	5.534	4.776	5.779
54	5.136	6.052	5.174	6.097
55	5.076	5.818	7.048	8.078
56	4.521	4.936	6.016	6.569
57	5.595	5.993	7.953	8.519
58	5.936	6.068	8.131	8.312
59	4.899	5.029	6.086	6.247
1960	4.612	4.612	5.959	5.959

E' importante anche il fatto che i prezzi di questi due prodotti sono notevolmente correlati fra di loro, come si osserva nel grafico in fig. 4a, da cui si può rilevare non solo che ad alti prezzi degli aranci hanno fatto sempre riscontro alti prezzi dei mandarini, ma anche e sopratutto la alta correlazione a cui si è accennato. Questa forte correlazione, che trova in parte spiegazione nel fatto che le produzioni stesse di questi due agrumi sono notevolmente correlate (fig. 4b) sembrerebbe anche indicare che, contrariamente a quanto pensano numerosi esperti del settore, fra

i due prodotti in esame esiste un forte grado di sostituibilità nel soddisfare le esigenze dei consumi in quei periodi in cui sia le arance che i mandarini sono presenti sui mercati nazionali. Vi è infine da rilevare, e ciò è evidente da un esame della fig. 3, che la variabilità nei prezzi dei mandarini è molto maggiore di quella dei prezzi delle arance.

Un esame, però, appena più approfondito delle serie dei prezzi per gli ultimi anni ci induce già a modificare il giudizio espresso. Se uno infatti volesse tener conto in qualche modo dell'aumento generale di prezzi verificatosi nell'ultimo decennio scoprirebbe, nelle serie in oggetto, dei trends piuttosto interessanti. A tale scopo le serie suddette sono state deflazionate avvalendosi dell'indice del costo della vita elaborato dall'ISTAT, ed esprimente tutta la serie mediante le opportune elaborazioni, in prezzi 1960. I valori così ottenuti sono stati riportati nel grafico n. 5. Tale grafico mostra subito che, mentre i prezzi dei mandarini, in moneta costante, sono rimasti pressapoco allo stesso livello, quelli degli aranci, sempre in moneta costante, mostrano un deciso trends discendente che, piuttosto pronunziato fino al 1953-54, va tuttavia appiattendosi successivamente. Ciò significa, in altre parole, che in realtà i ricavi dei produttori di arance sui mercati nazionali si sono andati sempre più riducendo.

Per quanto riguarda un sommario frettoloso giudizio sull'efficienza del settore commerciale relativo a questi prodotti, sempre in termini di prezzi, ci si può basare su una semplice elaborazione condotta adoperando gli indici ISTAT dei prezzi al dettaglio ed all'ingrosso degli aranci e mandarini, base 1953. Tali indici sono riportati in diagramma in fig. n. 6. Si sono successivamente calcolati i valori del rapporto fra l'indice dei prezzi al dettaglio e quello dei prezzi all'ingrosso. Orbene, il grafico sembra mostrare che in fase di prezzi decrescenti il valore del

suddetto rapporto tende a salire perchè i prezzi al dettaglio diminuiscono proporzionalmente meno di quelli all'ingrosso, ed è naturale che sia così data la minore elasticità della domanda all'ingrosso rispetto a quella al dettaglio. In fase di prezzi crescenti, però, il valore del rapporto non tende affatto a ridursi, come ci si potrebbe aspettare, ma rimane relativamente costante. I margini del settore distributivo, cioè, che aumentano in termini percentuali quando i prezzi si riducono, tendono a rimanere costanti quando i prezzi aumentano. E pur essendo logico che in un lungo periodo di tempo i margini vadano continuamente aumentando se i servizi forniti dal settore distributivo aumentano, non sembra normale che in un breve periodo di tempo questi margini presentino una tale vischiosità. Essa, infatti, ci sembra spiegabile solo ammettendo l'esistenza, in questo settore, di tutta una serie di inefficienze, che potrebbero andare da una cattiva utilizzazione degli impianti in certi periodi di tempo, ad un eccesso di capacità del settore distributivo, alla presenza di vincoli o barriere di natura istituzionale, alla esistenza di situazioni monopoloidi che permettono di realizzare profitti superiori al normale, ecc.

E' stato scelto qui uno solo dei tanti possibili indicatori della efficienza di questo settore, e dato il carattere generale del presente rapporto, ci si deve limitare alle semplici indicazioni che esso ci può fornire. Bisognerebbe però approfondire lo studio e la conoscenza analitica di un settore tanto delicato, per mettere in luce l'esistenza e l'entità delle possibili inefficienze, per individuarne le cause e per indicare i metodi più adatti per rimuoverle. E' superfluo ripetere a questo punto, che una riduzione dei costi di distribuzione otterrebbe in definitiva lo stesso effetto sui consumi e/o sui prezzi che un aumento della domanda.

Da quanto detto fino a questo punto è forse possibile trarre delle caute indicazioni circa le prospettive future del mercato delle arance e dei mandarini.

ARANCE E MANDARINI

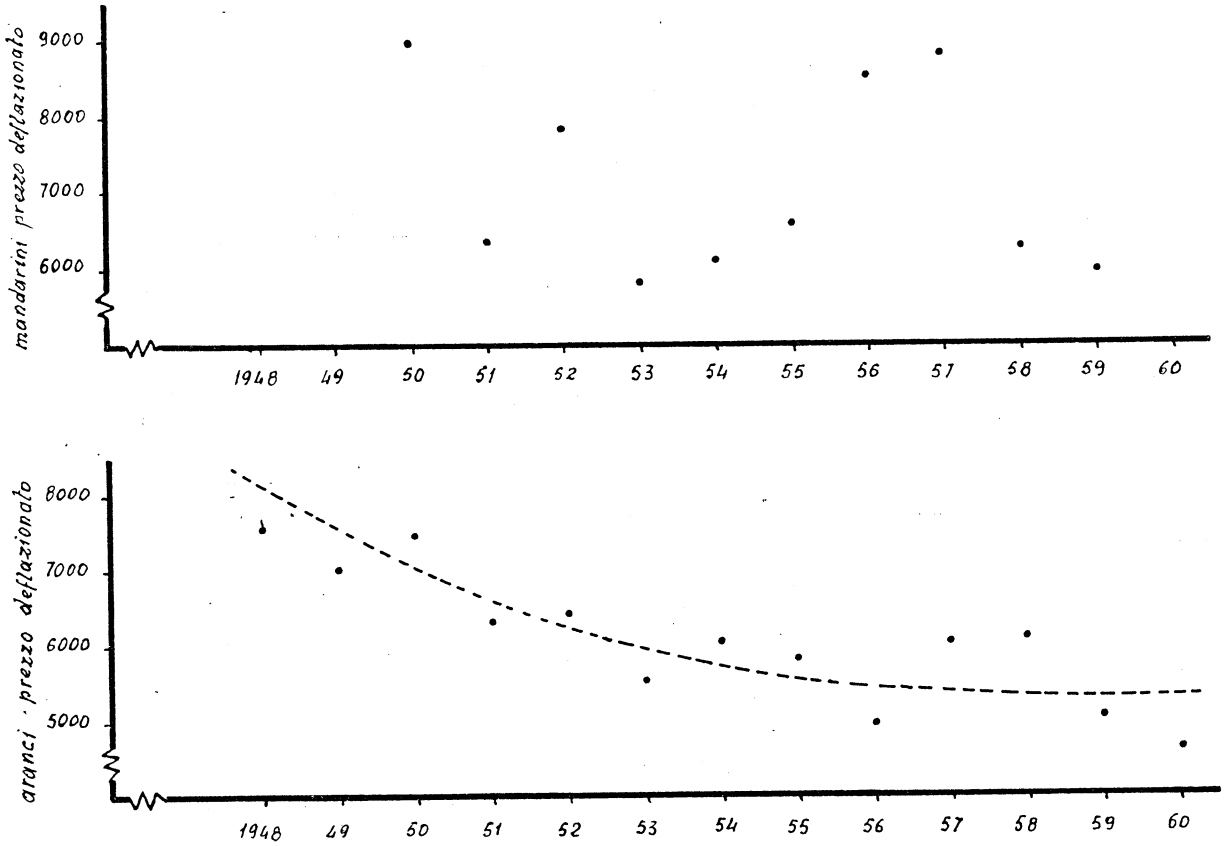


fig. 5

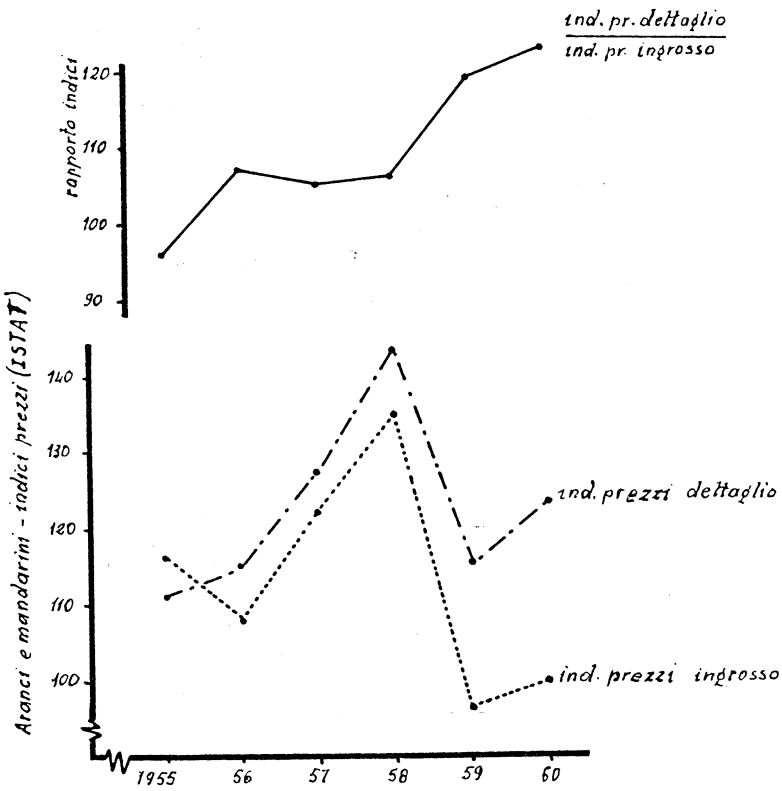


fig. 6

Tali prospettive sembrano giustificare le preoccupazioni ripetute volte manifestate da esperti e tecnici del settore.

Se si assume, infatti, che le attuali tendenze e condizioni di mercato debbano prevalere per ancora una diecina di anni, alla luce di quanto detto nelle pagine precedenti, sembrerebbe logico attendersi che una crisi di prezzi affligerà il settore.

Le nostre proiezioni indicherebbero, per il 1970, una produzione di arance e mandarini di circa 11,0 - 11,5 milioni di quintali, ed un consumo nazionale di circa 7,5 milioni di quintali. Per mantenere i prezzi attuali le esportazioni italiane per quell'epoca dovrebbero avere superato i 3,5 milioni di quintali. Ma nè l'andamento passato delle esportazioni, nè le previsioni più accurate condotte sui mercati internazionali e di cui abbiamo già parlato, lasciano intravedere questa possibilità. Nel già citato studio della FAO si prevede addirittura che per collocare l'eccesso di offerta di aranci e mandarini che nel 1965 premerà sui mercati europei i prezzi dovranno ridursi di circa il 30% rispetto alla media degli anni 1955-56-57.

Noi vorremmo qui aggiungere che, se fosse vero quanto abbiamo accennato precedentemente, e cioè che la produzione dei mandarini aumenta proporzionalmente più di quella degli aranci, i prezzi dei mandarini potrebbero ridursi proporzionalmente anche di più di quelli degli aranci, malgrado il mercato nazionale abbia fino a questo momento mostrato una migliore capacità di assorbimento proprio per i mandarini.

Le prospettive di mercato, specialmente per quanto riguarda le esportazioni, non sembrano, pertanto, molto favorevoli; a nostro avviso, però, non bisogna neanche essere eccessivamente pessimisti.

In primo luogo perchè gli accordi doganali del Mercato Comune giocheranno senz'altro a favore della nostra agrumicoltura, specialmente

se si considera che il dazio comune esterno colpirà le esportazioni nel MEC di paesi che, come la Spagna, contribuiscono oggi notevolmente a coprire i fabbisogni europei. E poi perchè va tenuto presente che le previsioni effettuate si basano sul presupposto che le condizioni di mercato attuali prevarranno anche in futuro. Tali ipotesi sono evidentemente troppo artificiali. Non va dimenticato, infatti, che il mercato dei prodotti in oggetto può e sarà senz'altro allargato: da un punto di vista geografico, con il miglioramento dei trasporti e la riduzione dei costi relativi; da un punto di vista della "forma" del prodotto commerciato, e ci riferiamo qui tanto alle possibilità di sviluppo e di assorbimento dell'industria dei succhi, quanto alla possibilità della introduzione di varietà più gradite ai consumatori italiani ed esteri, o del miglioramento della presentazione della produzione italiana sui mercati; da un punto di vista temporale con la coltivazione di varietà e/o l'adozione di tecniche che permettano di offrire parte della produzione in periodi che non siano quelli in cui i mercati sono maggiormente affollati.

Le informazioni su cui sono state basate le nostre sia pur caute previsioni sono, in altre parole, troppo grossolane per poter seriamente rappresentare dei validi punti di partenza su cui basare deduzioni circa il comportamento futuro dei mercati. Da quanto detto non può in realtà trarsi alcuna conclusione definitiva, tranne quella che per poter azzardare delle previsioni sensate sarebbe indispensabile analizzare almeno alcuni aspetti del mercato che, dopo le considerazioni fatte fin qui, sembrano più interessanti, pur essendo, forse, i meno conosciuti. Ci si riferisce qui specialmente alle caratteristiche dell'offerta nazionale ed estera, sopratutto dal punto di vista qualitativo e della sua distribuzione temporale, alle caratteristiche della domanda, anch'essa nazionale ed estera, specialmente per quanto riguarda i valori delle elasticità rispetto al prezzo

ed al reddito, le tendenze qualitative dei consumi, la presenza di altri prodotti sostitutivi degli aranci e dei mandarini, ed infine i problemi e gli aspetti della organizzazione razionale delle vendite.

P E S C H E

L'offerta nazionale di prodotti ortofrutticoli è in aumento ormai da tempo, stimolata dalla favorevole accoglienza riservata a questi prodotti da quasi tutti i mercati. Fra gli ortofrutticoli, un posto di primaria importanza spetta senza dubbio alle pesche, la cui produzione nazionale è costantemente aumentata seguendo un trend ben definito malgrado alcune incertezze manifestatesi negli ultimi anni (fig. 1).

Gli incrementi della produzione sono dovuti prevalentemente ad un aumento nelle rese per ettaro, conseguente al fatto che gli agricoltori vanno sempre più orientandosi verso la coltivazione specializzata del pesco, mentre si assiste ad una notevole contrazione della superficie dedicata alla coltura promiscua. (v. tabella pag. seguente).

In Italia le zone tipiche di produzione sono il Veneto, l'Emilia e la Campania. Da notare che circa il 3/4 dell'intera produzione nazionale si ottengono in Italia Settentrionale, mentre l'Italia Meridionale partecipa solo con il 15% circa del totale.

Nelle annate normali la raccolta è concentrata prevalentemente nel mese di luglio e, in misura inferiore, nel mese di agosto. In questi due mesi viene raccolto in media il 75% circa dell'intera produzione annuale che, iniziandosi a maggio, si conclude praticamente in settembre.

Pescheti - migliaia di Ha di superficie

Anno	Coltivaz. special.	Coltiv. promiscua	Coltiv.spec.+ + coltiv.promiscua trasform. in Ha equival. di coltiv.spec.
1952	33,7	1.062,9	143,0
53	38,8	1.006,0	142,2
54	40,0	1.003,1	143,1
55	42,5	998,3	145,1
56	45,2	943,0	142,1
57	51,1	921,6	145,8
58	56,2	877,5	146,3
59	61,6	585,4	121,8
60	66,5	184,0	85,4

Vi sono però zone in cui la produzione può spingersi anche al mese di ottobre, come nel Casertano, nel Cosentino, ecc. Fra le province che forniscono produzioni più precoci, si possono citare quelle di Savona, Brindisi, Caserta, Catania.1/

La varietà coltivate sono numerosissime: il già citato studio dell'ISTAT ne indica ben 156. Le più diffuse sono le cultivar J.H. Hale, Amsden, Fior di Maggio ed Elberta; quest'ultima però pare stia perdendo attualmente il favore degli agricoltori.

1/ vedi "Aspetti della Peschicoltura Italiana" ISTAT, 1956

PESCHE

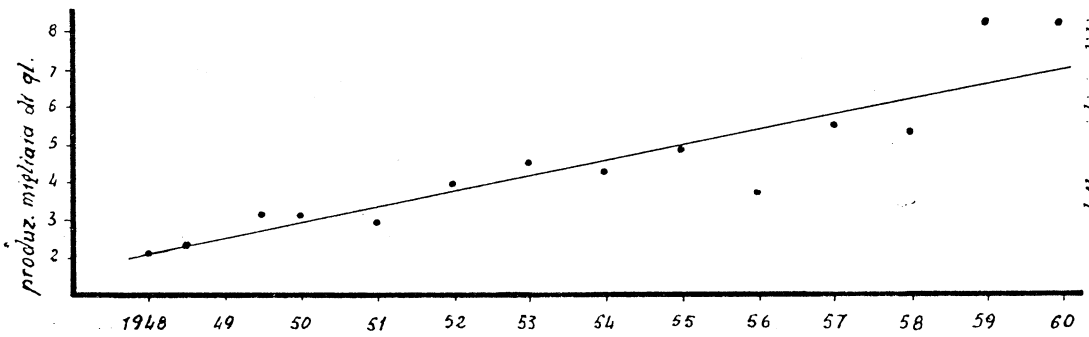


fig. 1

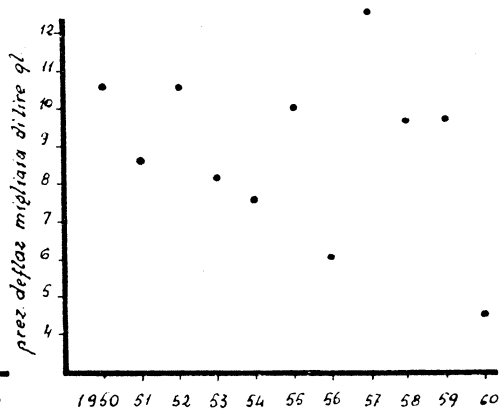


fig. 4

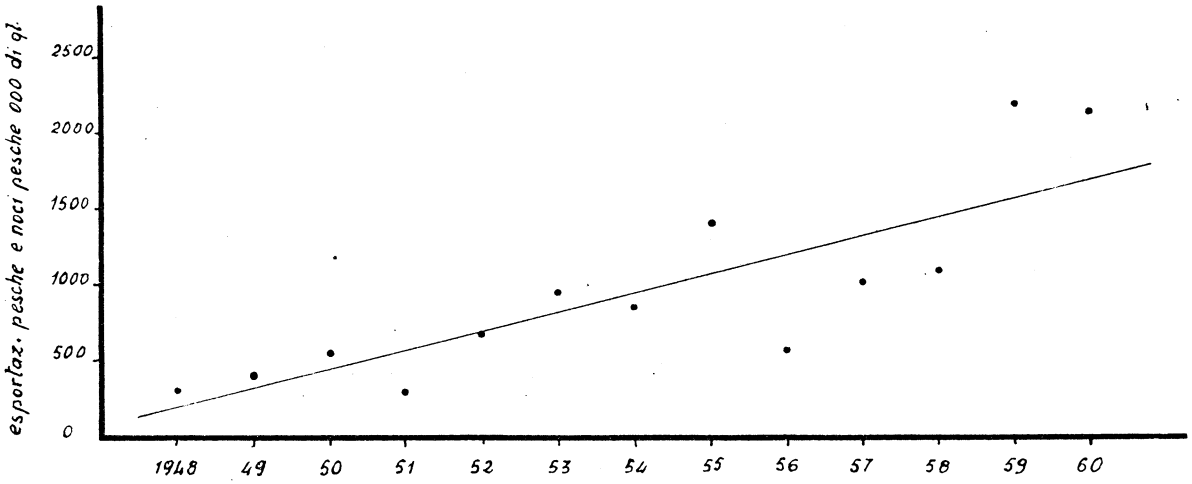
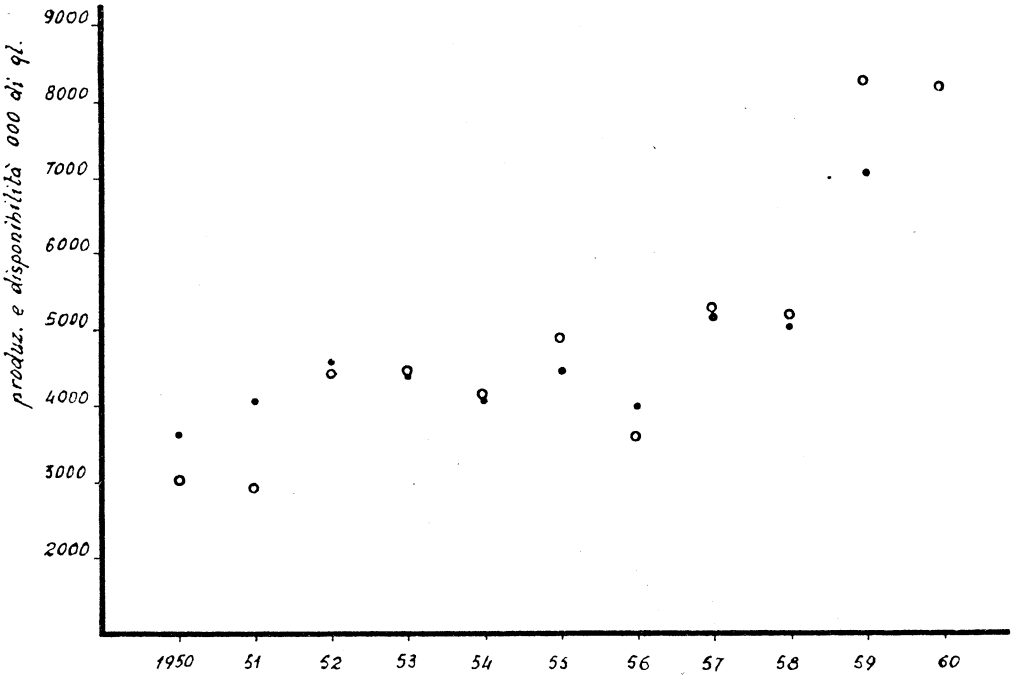


fig. 3



o - produzioni pesche

fig. 2

• - disponibilità pesche + susine + + albicocche

Anche la domanda è stata ed è caratterizzata da una notevole espansione. I consumi nazionali di pesche, albicocche e susine stanno aumentando considerevolmente, come è indicato dai dati ufficiali sullo andamento delle disponibilità di questi prodotti sul mercato italiano (fig.2).

Disponibilità nazionali di pesche (000 qli)

1948	1949	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959	1960
1.801	2.139	2.590	2.611	3.166	3.470	3.332	3.432	3.052	4.433	4.116	6.019	6.056

Le stime dei consumi effettuate dalla Prof.ssa Cao-Pinna (1) indicherebbero, per il periodo 1955-57 un consumo medio annuale pro-capite di 9,5 chilogrammi di pesche, albicocche e susine, ed indicherebbero una elasticità media dei consumi rispetto al totale delle spese per consumi privati pari a +1,31 per il periodo che va dal 1955-57 al 1965. Se si tiene presente che le spese per consumi privati sono fortemente correlate al reddito, il risultato suddetto indicherebbe che i consumi aumentano più che proporzionalmente rispetto al reddito.

Anche qui sarebbe interessantissimo poter conoscere quali siano le reazioni della domanda di pesche al variare del proprio prezzo. Il poter disporre di informazioni sulla elasticità della domanda rispetto al prezzo sarebbe di validissimo aiuto anche nel formulare previsioni o nell'illustrare le prospettive future del mercato di questo prodotto. Bisogna però aggiungere che in questo caso l'influenza che cambiamenti nei prezzi di altra frutta possono avere sul prezzo delle pesche

(1) Vedi Cao-Pinna - op.citata

è troppo evidente per poter essere trascurata sia pure in uno studio a carattere generale.

Nessuno infatti metterebbe in dubbio l'esistenza di tutta una gamma di prodotti che competono con le pesche nel trovare collocamento sui mercati nazionali ed esteri. Per limitarci all'Italia, crediamo si possa senz'altro supporre che le pesche abbiano numerosi concorrenti fra quei prodotti che vengono raccolti e/o commerciati negli stessi periodi in cui le pesche sono sui mercati. Basti citare, per esempio, pere, susine, albicocche, le partite più precoci di uva, le banane, i meloni, ecc. Sono queste delle semplici ipotesi, che però meritano attenzione, sia allo scopo di accertarne la validità, che allo scopo di stabilire in che misura questi prodotti siano fra loro sostituibili da parte dei consumatori.

Un cambiamento nei prezzi di uno dei prodotti sostitutivi può modificare, sia pure temporaneamente, la struttura dei consumi, influenzando il livello della domanda di pesche, ed apportando quindi dei sensibili cambiamenti nel prezzo di questo prodotto anche quando le condizioni dell'offerta rimangono immutate.

In altri termini, uno studio rivolto a formulare previsioni sui prezzi delle pesche ottenibili nel futuro deve necessariamente prendere in considerazione le prospettive future dell'offerta, della domanda e quindi dei prezzi di quei prodotti che, ad un precedente esame siano stati riconosciuti come importanti sostituti delle pesche.

Nè bisogna trascurare, nello studio del mercato nszionale, l'importanza che potrà assumere nel prossimo futuro la industria trasformatrice come possibile mercato di collocamento di una parte della produzione. Negli Stati Uniti l'industria delle pesche sciroppate, del

le polpe, delle marmellate e dei succhi ha assunto una notevole importanza, e vi è ragione di ritenere che tali tendenze si affermeranno in futuro anche in Italia, specialmente in considerazione delle notevoli capacità di assorbimento del mercato europeo.

La domanda estera è anch'essa in espansione. In Europa i consumi di frutta fresca in generale sono ancora piuttosto bassi se paragonati all'Italia, ad eccezione della Germania Federale. Pur non disponendo di dati specifici sui consumi di pesche, si riporta la seguente tabella sui consumi di frutta fresca in generale per dare un'idea delle posizioni relative dei paesi del MEC. Facciamo rilevare, però, che a nostro avviso le stime in essa riportate sembrano più basse dei consumi effettivi nei singoli paesi.

Consumi pro-capite di frutta fresca (1958-59)

Germania (R.F.)	Kg.	76,6
Francia	"	32,5
Italia	"	61,5
U.E.B.L.	"	31,5
Paesi Bassi	"	45,1
Media	"	55,7

FONTE: Perticarà G. "Prospettive di esportazione di prodotti ortofrutticoli" - Progresso Agricolo, novembre 1960.-

Da notare che la stessa fonte indica che, per il 1955-56, la media dei consumi pro-capite nei paesi del MEC era di Kg. 46,1. Fra questo periodo, quindi, ed il 1958-59, la media dei consumi pro-capite sarebbe aumentata del 20,8% circa (Kg.9,6), ovvero del 7% circa all'an-

no. Un tale saggio medio di incremento nei consumi di frutta è superiore al saggio medio di incremento del reddito nei sei Paesi del MEC nel periodo 1955-58. I consumi globali di frutta fresca, nel periodo considerato, si sono quindi incrementati in termini percentuali più che proporzionalmente rispetto al reddito, e ciò potrebbe indicare a nostro avviso, che anche considerando il MEC nel suo complesso, la domanda globale di frutta sia piuttosto elastica rispetto al reddito. Nessuna conclusione precisa può trarsi a questo punto, sopratutto perchè non si conoscono le vicende dei prezzi nei sei paesi per il periodo considerato: è sintomatico, però, che i consumi di frutta nel MEC siano aumentati più che proporzionalmente rispetto al reddito.

Per ritornare alle pesche, si deve subito rilevare che le esportazioni italiane segnano una marcata espansione.

Esportazioni di pesche e nocipesche (000 qli)

1948	1949	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959	1960
302	396	543	309	685	961	857	1.397	561	1.033	1.128	2.226	2.168

Il grafico riportato in fig. 3 mostra il trend delle nostre esportazioni di pesche e noci-pesche dal 1948 al 1960, che è chiaramente in constante ascesa, malgrado i dati rilevino una variabilità maggiore nell'ultimo quinquennio, spiegabile d'altra parte con la maggiore variabilità che la produzione nazionale ha presentato nello stesso periodo.

Il mercato estero delle pesche è piuttosto concentrato: i due terzi delle esportazioni medie annuali avvengono nei mesi di luglio ed agosto, mentre la Germania da sola assorbe anch'essa i due terzi circa delle esportazioni totali. Da quanto detto risulta che la Germania consuma il 17-18% della intera produzione italiana, e tale percentuale è in aumento, malgrado la concorrenza da parte di altri paesi (es.la

Grecia) cominci a farsi sentire più intensamente. In un mercato già tanto concentrato da un punto di vista temporale, è facile prevedere che i prezzi siano quindi intimamente connessi con il comportamento, sul mercato stesso, di un così importante cliente. Le importazioni da parte della Germania, in altre parole, avrebbero l'effetto di influenzare notevolmente i prezzi. Questa considerazione, che potrebbe essere ripetuta per un gran numero di prodotti ortofrutticoli, e/o di paesi importatori dovrebbe bastare a convincere che uno studio approfondito dei più importanti mercati esteri è indispensabile se si voglia razionalmente programmare una espansione dell'offerta, assicurando contemporaneamente prezzi remunerativi ai produttori. Un tale studio varrebbe anche a fornire suggerimenti su come procedere per espandere i mercati stessi, e su come meglio collegarli con i centri di produzione attraverso una rete di trasporti, coadiuvata da opportuni centri di raccolta e smistamento, dalle opportune tecniche di conservazione, imballaggio, ecc. In altri termini si avrebbero quegli elementi che, insieme alle informazioni desunte da un'accurata analisi del mercato interno, permetterebbero di progettare un efficiente sistema distributivo, economicamente dimensionato alle caratteristiche, alle capacità ed alle possibilità tanto dell'offerta che della domanda nazionale ed estera.

Un esame sommario condotto sui prezzi medi nazionali all'ingrosso dal 1950 al 1960 non sembra fornire indicazioni di rilievo. La tendenza all'uamento che si nota nella decennale serie dei prezzi espressi in moneta corrente si annulla completamente quando i prezzi vengono espressi in moneta costante 1960 (vedi fig. 4). Il grafico rivela la notevole variabilità esistente nella serie, e ad un frettoloso esame,

Prezzi medi nazionali (£/qle)

	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956
in moneta corrente	7.548	6.724	8.651	6.696	6.467	8.678	5.580

	1957	1958	1959	1960
in moneta corrente	11.765	9.396	9.312	4.524

	1950	1951	1952	1953	1954	1955
in moneta costante 1960	10.650	8.648	10.673	8.103	7.621	9.947

	1956	1957	1958	1959	1960
in moneta costante 1960	6.093	12.603	9.606	9.559	4.524

sembrerebbe indicare un trend decrescente. A nostro avviso, però, data la notevole variabilità esistente nella serie stessa, nulla può concludersi sull'esistenza di un trend di fondo particolarmente pronunziato. Vorremmo dire, piuttosto, che il mercato non ha ancora assunto una sua fisionomia ben definita, e che, comunque, l'andamento della serie dei prezzi in moneta costante esclude decisamente, al momento attuale, una tendenza al rialzo ed alla stabilizzazione.

Dire qualcosa di preciso sulle prospettive di mercato delle pesche esulerebbe dai compiti che ci siamo fin qui prefissi. Per accennare agli orientamenti attuali abbiamo ripetuto lo stesso tipo di analisi grossolana e superficiale che è stata già tentata più sopra per aranci e mandarini.

I risultati di questa analisi sono i seguenti. La semplice estrapolazione del trend lineare che ha prevalso nella produzione nazionale degli ultimi 13 anni indicherebbe, per l'anno 1970, una produzione totale di circa 11 milioni di quintali di pesche.

Le stime OECE della popolazione italiana nel 1970 raggiungono il valore di 53,5 milioni di persone, mentre le stime della Cao-Pinna, relative al consumo di pesche, albicocche e susine nello stesso anno sono di Kg. 20 pro-capite.

Mancano stime dei consumi di pesche separatamente da albicocche e susine, e pertanto, nel tentativo di ottenere tale informazione, si è qui ipotizzato che i consumi di questi 3 prodotti stiano fra di loro nello stesso rapporto percentuale di composizione della produzione. La produzione nazionale di pesche negli ultimi anni è stata uguale, in media, a circa il 75% della produzione nazionale complessiva di pesche, albiocche e susine. Si può pertanto assumere che anche il consumo di pesche sia stato pressapoco uguale ai 3/4 del consumo totale dei tre prodotti suddetti presi nel loro complesso. Mantenendo fissa tale ripartizione dei consumi anche per il 1970, si otterrebbe, per tale anno, un consumo pro-capite di pesche di circa Kg. 15, pari ad un consumo nazionale di oltre 8 milioni di quintali.

Per quanto riguarda le esportazioni, l'esterpolazione del trend darebbe, sempre per il 1970, una esportazione totale di circa 3,2 milioni di quintali. In tale anno, quindi, se i prezzi si mantenessero agli stessi livelli attuali, la produzione nazionale, che abbiamo stimato dell'ordine di 11 milioni di quintali, sarebbe a stento sufficiente a soddisfare i consumi nazionali e le esportazioni, che abbiamo stimato complessivamente pari a 11,2 milioni di quintali.

A questo punto, però, bisogna rilevare che con la entrata in vigore degli accordi previsti dal Trattato di Roma la nostra esportazione di pesche verso i paesi membri, e sopratutto verso la Germania si troverà senz'altro avvantaggiata. E' prevedibile, quindi, che le

esportazioni italiane aumenteranno ad un saggio maggiore di quello del trend che abbiamo estrapolato, raggiungendo, nel 1970, un livello superiore a quello stimato. Ciò potrebbe provocare, di conseguenza, un leggero aumento nei prezzi, o almeno, cosa che sembra più probabile, una certa facilità di assorbimento dell'offerta da parte dei mercati di consumo in condizioni di prezzi resistenti.

Le prospettive sembrano pertanto piuttosto tranquillizzanti. Occorre però tener presente che la nostra analisi, per essere troppo superficiale, ha solo uno scopo indicativo, e bisogna guardarsi bene dal porre un'eccessiva fiducia nei risultati ottenuti. In particolare essa ha completamente trascurato di prendere in esame l'andamento di mercato futuro dei prodotti sostituibili con le pesche. Come sarà influenzato il consumo di queste ultime se, per esempio, il consumo dei prodotti sostitutivi crescerà a ritmo accellerato? Oppure, che influenze potranno avere sul prezzo delle pesche delle crisi future nei prezzi di uno o di un gruppo di prodotti sostituibili? E quanto aumenteranno i consumi in caso di una riduzione nei prezzi? Vi è tutta una serie di interrogativi che attendono risposta prima che si possano trarre delle conclusioni di carattere generale, e non vorremmo qui aver dato l'impressione di aver tirato le somme troppo affrettatamente.

A nostro avviso, tutto quello che ci è dato dire a questo punto è che il mercato, malgrado vi sia stata per il passato qualche puntata riflessiva nei prezzi, e qualche crisi di carattere per lo più locale, non sembra palesare sintomi preoccupanti di stanchezza o di incapacità nell'assorbire l'offerta che, in quantità sempre maggiore, premerà in cerca di collocamento. La domanda è in fase di espansione e la

offerta è in grado di soddisfarla. Il punto cruciale, a noi sembra, è assicurare la saldatura fra i due estremi del canale commerciale. E' indispensabile che la produzione giunga tempestivamente ed in buone condizioni fin sui mercati più lontani. Le pesche hanno un periodo di raccolta limitato. Da una parte si deve tendere ad allungare il più possibile tale periodo, anticipandolo nel Sud piuttosto che ritardandolo per evitare la concorrenza delle regioni di produzione più settentrionali e per ottenere produzioni merceologicamente migliori. Dall'altra bisogna accellerare al massimo la velocità della merce all'interno del canale commerciale, sia riducendo al minimo il numero degli intermediarii fra produttori e consumatori, che migliorando il sistema e le attrezzature per il trasporto del prodotto.

UVA DA TAVOLA

Fra le colture in rapida espansione, quella dell'uva da tavola merita senz'altro un posto di primaria importanza. Dal dopoguerra in poi la produzione di uve destinate al consumo allo stato fresco è andata aumentando, (v. fig. 1) specialmente per effetto di una rapida e cospicua dilatazione della produzione di uve specializzate da tavola, mentre il volume di uve da vino commerciate per soddisfare i consumi di prodotto fresco ha segnato solo modesti incrementi.

Produzione nazionale uve da tavola (000 q.li)

ANNI	Prod. uve da tavola	Prod. uve da vino vendute per uso da tavola	Totale prod. uve per consumo diretto	Prod. totale uva consumo diretto e vino
1950	1.913	2.851	4.764	67.479
1951	2.269	2.851	5.120	75.789
1952	1.978	3.019	4.997	73.658
1953	2.326	3.214	5.540	83.233
1954	2.966	3.059	6.025	80.776
1955	3.249	3.278	6.527	98.780
1956	3.714	3.344	7.058	98.914
1957	3.079	2.933	6.012	69.000
1958	5.543	3.510	9.053	106.029
1959	3.729	3.358	7.087	101.574

UVA DA TAVOLA

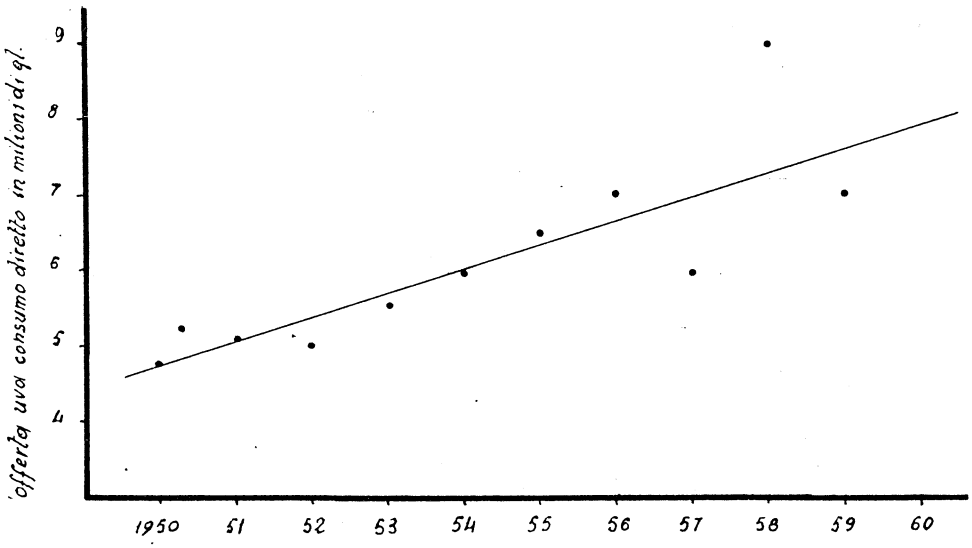


fig. 1

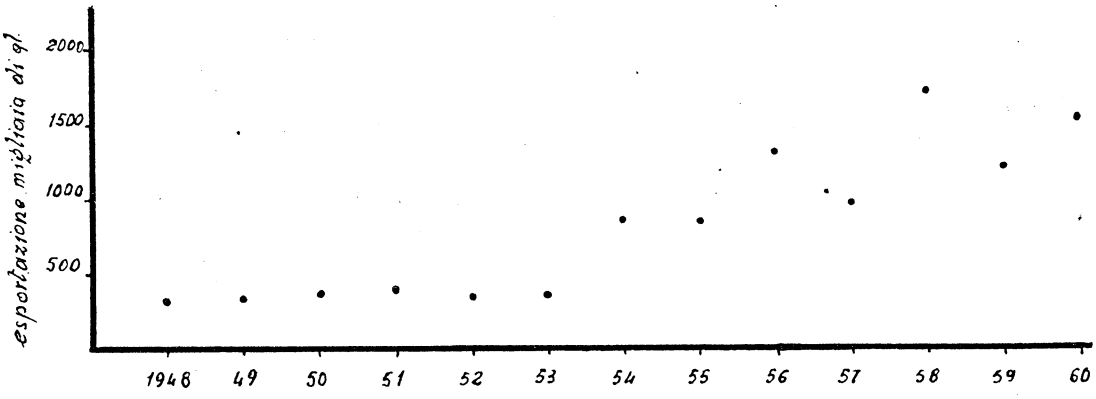


fig. 2

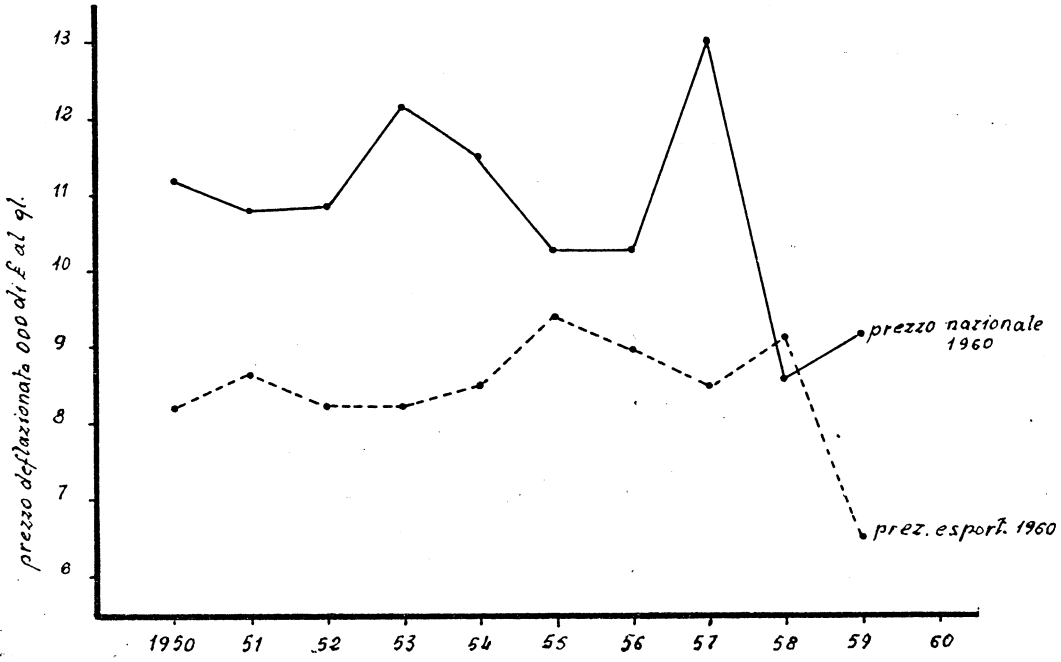


fig. 3

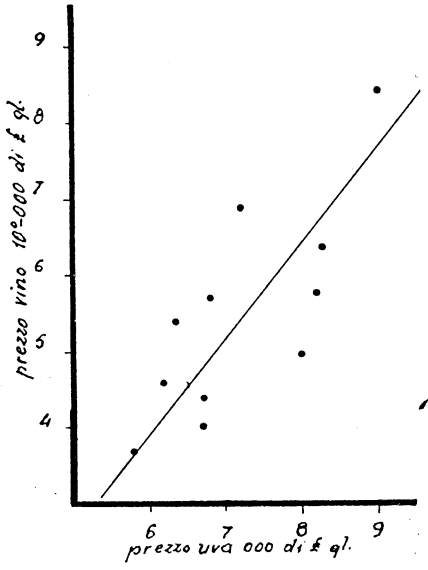


fig. 4

Si è verificata, quindi, ed è tuttora in atto, una tendenza molto marcata in favore della produzione di quelle varietà di uva che, per essere vere e proprie uve da tavola, si adattano al consumo allo stato fresco molto meglio delle varietà da vino, assicurando contemporaneamente agli agricoltori ricavi più elevati.

Il periodo di raccolta comprende i mesi di agosto, settembre ed ottobre, estendendosi talvolta in alcune zone anche ai mesi di luglio e novembre. Le varietà più importanti sono, innanzitutto, la Regina bianca, seguita a distanza da Panse, Regina dei Vigneti, Primus, Chasselas dorée, Cardinal, Baresana, Italia, ecc.

La produzione di uve da tavola è accentrata nel Mezzogiorno, che da solo produce circa i 3/4 del totale nazionale. Bisogna notare, però, che in media un 20% circa della produzione meridionale viene vinificata.

L'Italia Settentrionale partecipa alla produzione prevalentemente con uve da vino che vengono vendute per essere consumate allo stato fresco.

La seguente tabella fornisce una idea più dettagliata sulla distribuzione geografica della produzione:

Produzione uva per consumo diretto - distribuzione percentuale media del triennio 1957-58-59.-

	Uva da tavola	Uva da vino per consumo diretto
Puglia	35,7	5,8
Sicilia	13,4	21,1
Abruzzi e Molise	15,4	1,2
Lazio	10,0	7,9
Emilia	4,1	6,0
Toscana	3,5	11,5
Piemonte	1,5	12,2
Campania	1,9	6,5
Veneto	1,0	6,2
Altre Regioni	13,5	21,6
Totale nazionale	100,0	100,0

FONTE - Ns. elaborazione da F. Ferrero "Uve da mensa" - Bozze - Conf. Naz. Mondo rurale e Agr. - Roma 8 giugno 1961.-

Se si tiene presente che nel triennio 1957-58-59 la produzione di uva da tavola è stata pari al 60,3% della produzione complessiva di uve da tavola e da vino per consumo diretto, sarà facile rendersi conto che la Puglia rappresenta di gran lunga la regione produttrice più importante, seguita a distanza dalla Sicilia, e poi dagli Abruzzi e Molise e dal Lazio.

I consumi italiani di uva fresca, già abbastanza elevati, vanno espandendosi, ma ad un saggio che si direbbe più basso rispetto a quelli relativi ad altra frutta. Le stime della Cao-Pinna per il

periodo 1955-57 indicherebbero un consumo annuo di Kg. 11,5 pro-capite. Tale stima, in effetti, sembra un pò elevata. In particolare, abbiamo l'impressione che nel computo della stima non si sia tenuto conto del fatto che una parte dell'uva da tavola prodotta non viene in realtà consumata allo stato fresco, ma viene piuttosto destinata alla vinificazione oltre che all'appassimento. Nel triennio 1957-59 fu destinato alla vinificazione in media il 14,6% della produzione nazionale di uva da tavola, ed all'appassimento in media l'1,5% circa. (1) Adoperando queste informazioni abbiamo tentato a nostra volta di effettuare delle stime, ottenendo, sempre per il periodo 1955-57, un consumo medio annuo di Kg. 10,3 di uva fresca pro-capite.

Tale cifra, pur non avendo la pretesa di rappresentare una stima molto precisa dell'entità dei consumi, serve tuttavia a darci una idea del livello approssimativo dei consumi stessi. Tale livello è senza dubbio piuttosto elevato, specialmente se lo si paragoni a quello di altri Paesi Europei, od a quello dei consumi nazionali di altre specie di frutta fresca.

Malgrado ciò, i consumi sono ancora suscettibili di sensibili aumenti. Basti pensare che, secondo quanto riferisce il Ferrero nella già citata monografia, "a Milano si comperano mediamente, in piena stagione, circa 500 grammi giornalieri di uve pro-capite.... a Tori-

(1) - vedi F. Ferrero "Uve da mensa" - Bozze Conf. Naz. Mondo Rurale e Agr.

no e a Bologna la media scende a 300-400 grammi", mentre nel Mezzogiorno, escludendo i luoghi di produzione, le medie oscillano fra i 100 ed i 200 grammi pro-capite. Ciò starebbe ad indicare che, prescindendo dalle abitudini alimentari vere e proprie di una comunità, i consumi dovrebbero aumentare con il miglioramento generale del tenore di vita. Il che permette quindi di formulare previsioni positive per i consumi futuri di uve da tavola in Italia e più specialmente nel Mezzogiorno.

Molto di più dei consumi si sono accresciuti, specialmente dal 1953 in poi, le esportazioni italiane di uve da tavola (v. fig. 2) che oggi riguardano in media circa il 30% della produzione nazionale.

Esportazioni di uva da tavola (qli)

1948	1949	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956
328.923	361.313	371.955	409.392	360.912	379.068	856.907	849.740	1.286.373

1957	1958	1959	1960
960.300	1.703.743	1.204.569	1.512.599

Il mercato estero attualmente più importante, e che si è maggiormente dilatata negli ultimi anni è senza dubbio rappresentato dalla Germania Federale, che da sola assorbe circa i 3/4 della intera esportazione italiana. A titolo orientativo riportiamo la seguente tabella sulla distribuzione e sugli incrementi subiti dalla nostra esportazione nel periodo 1954-1958.

Distribuzione delle esportaz.italiane di uva da tavola nel 1954 al 1958 - q.li (1)

Paesi importatori	1954	1955	1956	1957	1958	% di ciascun Paese sul totale 1958
Germania	351.015	573.950	880.038	685.870	1.250.227	74,0
Svizzera	96.069	86.823	147.255	137.400	146.838	8,3
Austria	53.663	83.922	115.083	58.885	107.239	6,5
Svezia	41.971	50.488	61.431	36.826	89.641	5,5
Regno Unito	59.338	51.297	51.013	28.940	87.029	5,4
Belgio-Lux	-	45	50	90	276	0,2
Francia	30	172	414	89	252	0,1

(1) - Peso lordo.-

FONTE: D.Canitano "L'uva da tavola nel commercio di esportazione" Agricoltura, Ottobre 1959.-

In particolare, la posizione che l'Italia è venuta ad assumere sul mercato tedesco relativamente agli altri paesi esportatori è ben rappresentata dalla seguente tabella:

Distribuzione percentuale delle importazioni di uva da tavola in Germania per Paese di origine - Importaz. di ciascun anno = 100

	Media 1927-28	1950	1953	1954	1955	1956	1957	1958
Italia	33,0	27,0	28,0	34,0	48,0	59,0	52,0	66,0
Bulgaria	-	-	-	-	-	-	-	11,7
Spagna	-	1,0	13,0	15,0	12,6	16,0	19,0	10,0
Francia	18,0	45,0	30,0	32,0	26,0	12,0	6,0	3,0
Grecia	-	1,3	-	7,0	6,0	4,3	9,0	2,0
Olanda	4,6	6,0	4,0	1,7	1,4	0,5	1,0	0,3
Altri Paesi	44,4	19,7	25,0	10,3	6,0	8,2	13,0	7,0

FONTE: D. Canitano - op. cit.

L'Italia quindi ha assunto un ruolo di primo piano sul mercato della Germania Federale, per effetto sopratutto delle uve pugliesi che rappresentano oltre il 70% della nostra esportazione verso questo paese, e che hanno maggiormente contribuito a rimuovere la Francia dalla posizione di predominio che essa aveva una dozzina di anni fa su questo mercato. Le altre regioni esportatrici più importanti sono la Sicilia, gli Abruzzi, la Toscana, il Lazio e l'Emilia. Fra i paesi che converrebbe tenere d'occhio quali nostri concorrenti più temibili bisogna ricordare la Spagna, la Grecia e la Bulgaria, insieme, naturalmente, alla Francia.

La varietà predominante nel nostro commercio di esportazione è la "Regina" (circa 3/4 del totale); altre varietà importanti sono

la "Panse precoce", la "Regina dei vigneti", la "Chasselas dorée" e la "Primus".

Per quanto riguarda poi la distribuzione temporale della nostra esportazione, va subito detto che essa, pur protraendosi da luglio a novembre, si concentra nei mesi di agosto, settembre ed ottobre, con punte massime, generalmente nel mese di settembre. Da notare che oltre 3/4 della nostra esportazione verso la Germania avviene nei mesi di settembre ed ottobre, e che l'esportazione di agosto, pur essendo limitata in media a circa il 15% del totale, è quella che spunta i prezzi migliori, spesso più alti anche di quelli che si ottengono in novembre e dicembre.

I prezzi delle uve da tavola sui mercati nazionali, se si accettuino le annate 1959 e 1960, hanno mostrato una certa tendenza all'aumento, tendenza che è confermata anche dalla serie degli stessi prezzi espressi in moneta costante (v. fig. 3).

Prezzi medi nazionali dell'uva da tavola (£/qle)

	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958
In moneta corrente	5.830	6.738	6.711	6.823	7.228	8.251	8.221	7.964	8.980
	1959	1960							
	6.366	6.216							
In moneta costante 1960	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958
	8.226	8.666	8.279	8.257	8.517	9.457	8.977	8.531	9.180
	1959	1960							
	6.535	6.216							

Se non prendessimo in considerazione, quindi, le ultime due annate, potremmo dire che il mercato delle uve da tavola ha avuto senz'altro un andamento favorevole. Tale conclusione è avvalorata dalla considerazione che l'offerta è stata in sensibile aumento, e quindi se in una tale situazione i prezzi non hanno subito cedimenti, è evidente che la domanda deve essersi spostata verso livelli notevolmente superiori.

I prezzi di esportazione hanno manifestato una maggiore variabilità, e, vorremmo dire, una minore resistenza.

Prezzi medi all'esportazione dell'uva da tavola
(£/qle)

	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957
In moneta corrente	7.935	8.420	8.825	10.062	9.777	8.994	9.434	12.207
	1958	1959						
	8.403	8.953						

	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956
In moneta costante 1960	11.196	10.829	10.887	12.176	11.521	10.309	10.301
	1957	1958	1959				
	13.076	8.590	9.190				

L'aumento delle esportazioni si sarebbe conseguito quindi in regime di prezzi che, in moneta contante sembrano leggermente cedenti. Sarebbe interessante conoscere le ragioni di questa differenza nel comportamento dei prezzi nel mercato nazionale ed in quello estero, sebbene è probabile che essa sia in buona parte dovuta al fatto che gli italiani vadano sempre più orientandosi verso il consumo di partite di merce più pregiate, di migliore qualità, e relativamente precoci.

Per quanto riguarda poi il mercato nazionale vi è da segnalare un fenomeno di un certo interesse. Nel grafico n.4 sono stati messi a confronto i prezzi medi annuali all'ingrosso delle uve da tavola con i prezzi medi annuali all'ingrosso del vino comune, gradazione 10°, dal 1950 al 1960. Orbene, il grafico mostra che esiste un notevole grado di correlazione fra le due serie di prezzi, tanto che fra i punti ottenuti è stato possibile interpolare a mano libera una retta. Sarebbe forse possibile spiegare questa forte correlazione fra i prezzi con il fatto che in una annata, a forti produzioni e quindi a bassi prezzi delle uve da tavola, corrispondono generalmente forti produzioni e quindi bassi prezzi delle uve da vino. Bisogna però tener presente due cose. La prima, che la produzione di uve da tavola è in buona parte localizzata ad alcune zone ben circoscritte, in cui le vicende stagionali che influenzano la produzione stessa non sempre sono simili alle vicende stagionali di tutte le altre zone del nostro paese che producono prevalentemente uve da vinificare. In altre parole, non vi è ragione di ritenere che la produzione di uva da tavola e di uva da vinificare sia correlata perfettamente.

La seconda, che è diffusa la pratica di vinificare una parte delle uve da tavola, e d'altro canto, di vendere per consumo diretto una parte di uva da vino, per cui le effettive "offerte" di uve per consumo diretto o per vinificazione possono risultare ancora meno correlate.

Si fa strada allora l'ipotesi che, entro certi limiti, e per alcune partite di uva, la vinificazione o la vendita per consumo diretto rappresentino effettivamente due possibili mercati alternativi.

Se ciò fosse vero, qualora, ad esempio, i prezzi delle uve da tavola tendessero ad essere bassi relativamente a quelli delle uve da vino, una certa porzione di quelle uve normalmente destinate al con

sumo diretto verrebbe ad essere destinata alla vinificazione, e l'effetto di ciò potrebbe essere una tendenza al rialzo dei prezzi delle uve da tavola, nella direzione di un "prezzo di equilibrio" determinato di volta in volta, dal livello dei prezzi del vino.

Non abbiamo, a questo punto, dati e informazioni sufficienti a provare o perlomeno a documentare sufficientemente una tale ipotesi. Il comportamento dei prezzi, però, lascerebbe supporre che qualcosa di simile a quello che abbiamo ora descritto avvenga effettivamente, e per quantità non trascurabili di uva. Sarebbe certamente stimolante approfondire l'indagine in questa direzione: una tale ipotesi, se fosse esatta, permetterebbe innanzitutto di prevedere con maggiore esattezza i prezzi futuri delle uve da tavola, in relazione anche all'andamento del mercato del vino. Ma potrebbe pure permettere la formulazione di una serie di suggerimenti o addirittura di direttive d'intervento rivolte ad ottenere la stabilizzazione del mercato dell'uva da tavola quale risultato indiretto di politiche economiche applicate al mercato del vino.

Previsioni circa l'andamento futuro del mercato sono di difficile formulazione con le scarse informazioni in nostro possesso, dati i notevoli incrementi subiti negli anni scorsi da produzioni, consumi ed esportazioni. Se i trends da noi ricavati per il decennio 1959-60 dovessero protrarsi nella stessa forma fino al 1970, la produzione nazionale di uve da tavola e da vino uso tavola raggiungerebbe il ragguardevole livello di circa 11,3 milioni di quintali, mentre le esportazioni dovrebbero in tale data oscillare fra 2,5 e 3 milioni di quintali.

Bisogna notare che queste stime, pur essendo solo indicative, sono ricavate dalla estrapolazione di trends che forniscono, per il quinquennio 1960-64, valori molto simili a quelli ottenuti dal Ferrero per lo stesso periodo.(1)

La previsione dei consumi presenta difficoltà forse anche maggiori. La Cao-Pinna prevede, sempre per il 1970, un consumo pro-capite di ben 15 chilogrammi, e quindi un consumo nazionale di uve da tavola ad uso tavola di 7,76 milioni di quintali. Le nostre stime sono invece più basse, indicando un consumo pro-capite di Kg. 13,6, ed un consumo globale di circa 7 milioni di quintali. Ad ogni modo, circa l'attendibilità di entrambe le stime valgono le considerazioni già fatte precedentemente per gli altri prodotti trattati.

Se però ci si vuole attenere ai dati ora riportati bisogna rilevare che le informazioni in nostro possesso indicherebbero che, perdurando le attuali tendenze, nel 1970 ci si troverebbe in una situazione di mercato tutt'altro che favorevole. Ad una offerta di oltre 11 milioni di quintali di uve corrisponderebbe infatti, nelle attuali condizioni di prezzo, un assorbimento da parte della domanda nazionale e di quella estera di 9,8 milioni di quintali, secondo le nostre stime, oppure di 10,5 milioni di quintali adoperando per i consumi le stime più ottimistiche della Cao-Pinna. In ogni caso, quindi, si verrebbe a creare un surplus assorbibile solo attraverso una contrazione dei prezzi.

Nulla possiamo dire circa la entità di tale possibile contrazione. Occorrerebbero delle conoscenze più approfontite circa la

(1) F. Ferrero - op. citata.

sensibilità della domanda nazionale ed estera al variare dei prezzi, ed a tale scopo sarebbe senza dubbio auspicabile che si conducessero analisi approfondite rivolte ad accertare l'elasticità di tali domande rispetto al prezzo, in condizioni diverse di reddito pro-capite e di prezzi relativi degli altri prodotti sostitutivi.

Le considerazioni da noi fatte sono perciò tutt'altro che conclusive, ma rappresentano tuttavia un campanello di allarme, e, vorremmo dire, una esortazione a studiare una situazione ora che si è ancora in tempo. Una analisi del mercato delle uve da tavola condotta oggi varrebbe certamente ad indicare, sia nel settore della produzione che in quello del mercato, quali potrebbero essere le migliori linee di intervento atte a scongiurare gli effetti di una possibile crisi futura.

Per quanto riguarda le indicazioni attualmente forniteci dal comportamento dei prezzi alla produzione la situazione ci si presenta però notevolmente migliore. Come già detto, fino al 1958 incluso i prezzi sono andati crescendo, e tale tendenza è parzialmente confermata anche dai prezzi espressi in moneta costante (fig. 3).

Il Ferrero, inoltre, per il quinquennio 1960-64 prevede una ulteriore lievitazione dei prezzi alla esportazione, che però a noi sembra non trovi conferma nel comportamento della serie espressa in moneta costante.

Per concludere, riferendoci a quanto precedentemente detto sull'andamento dei prezzi, il mercato allo stato attuale sembrerebbe favorevolmente orientato, anche tenendo conto dei bassi prezzi spuntati nel 1959 e nel 1960. Tale mercato è in fase di rapida espansione, ma esistono elementi tali da giustificare la preoccupazione che la produzione possa incrementarsi di più delle capacità di assorbimento, ai prezzi at-

tuali, del mercato nazionale e di quello estero, creando quindi in un futuro non lontano i presupposti di una crisi la cui entità non siamo in grado di valutare.

Tale ipotesi, anche se basata su elementi indicativi non certo probanti, è degna comunque della massima attenzione.

P O M O D O R O

Fin dall'immediato dopoguerra la produzione nazionale di pomodori ha manifestato una marcata tendenza all'espansione. Si è giunti a livelli di circa 24-25 milioni di quintali di prodotto annuo, e le tendenze in atto lasciano facilmente prevedere che nei prossimi anni si raggiungeranno produzioni ben maggiori.

L'incremento conseguito nelle produzioni è da ascrivere sia all'espansione della coltura che all'aumento delle rese per ettaro. La superficie annualmente investita a pomodoro supera oggi i 117.000 ettari, contro Ha 58.000 del periodo 1937-38-39, ed Ha 84.000 del periodo 1950-51-52.

Le rese nazionali che hanno anch'esse registrato aumenti considerevoli oscillano intorno a qli 200 per ettaro, con punte massime in Lombardia e minime in Calabria.

Le principali regioni italiane produttrici sono la Campania, l'Emilia, la Sicilia, la Puglia ed il Lazio in cui si ottengono i 3/4 circa dell'intera produzione nazionale. In termini percentuali la distribuzione geografica della produzione e degli ettaraggi relativi al 1960 sono rappresentati nella seguente tabella.

Distribuzione percentuale della produzione e superficie regionale a pomodoro nel 1960.-

	Superficie	Produzione
Campania	19,11	22,59
Emilia	13,69	22,07
Sicilia	22,96	18,18
Puglia	11,21	6,19
Lazio	6,41	5,49
Altre regioni	26,62	25,48
Totale Italia	100,00	100,00

Numerosissime sono le cultivar che appaiono nello assortimento culturale italiano, e ciò anche in dipendenza dei due usi cui viene destinata la produzione nazionale di pomodori, vale a dire il consumo allo stato fresco e la trasformazione industriale.

Mancano purtroppo dati accurati che permettano di separare esattamente da un punto di vista quantitativo questi due tipi di produzione, in realtà tanto diversi fra loro. All'uopo, abbiamo elaborato noi stessi delle stime, calcolando, sulla base delle statistiche esistenti, il valore medio dei coefficienti tecnici di trasformazione dei prodotti industriali in equivalenti di materia prima impiegata. Dai dati sulla produzione nazionale di concentrati, pelati, succhi, ecc. siamo risaliti così alla quantità di prodotto che in ogni anno è stata impiegata dall'industria conserviera. E quindi, per differenza, abbiamo ottenuto una stima dei diversi quantitativi annuali di pomodoro destinati al consumo diretto.

Produzione nazionale di pomodori (000 qli)

Anno	Produzione totale	Produz. per uso industriale (1)	Produz. per consumo diretto (1)
1949	10.871	3.900	6.971
1950	12.474	7.115	5.359
1951	12.515	6.700	5.815
1952	11.053	5.180	5.873
1953	13.681	6.700	6.981
1954	15.466	8.460	7.006
1955	16.489	9.100	7.389
1956	17.168	9.300	7.868
1957	19.611	11.500	8.111
1958	25.503	14.420	11.083
1959	22.128	12.000	10.128
1960	24.281	11.400	12.881

(1) Ns. stime.-

I grafici relativi all'andamento della produzione di pomodori per uso industriale e per consumo diretto mostrano nettamente la mancata tendenza all'espansione che si è avuta in tutti e due i settori (fig.1) e specialmente nella produzione di pomodoro per uso industriale. Bisogna inoltre rilevare che quasi la metà della produzione complessiva è rappresentata da pomodori destinati al consumo diretto. Tale proporzione però varia notevolmente fra regione e regione, come si desume dalla seguente tabella:

POMODORI

fig. 1

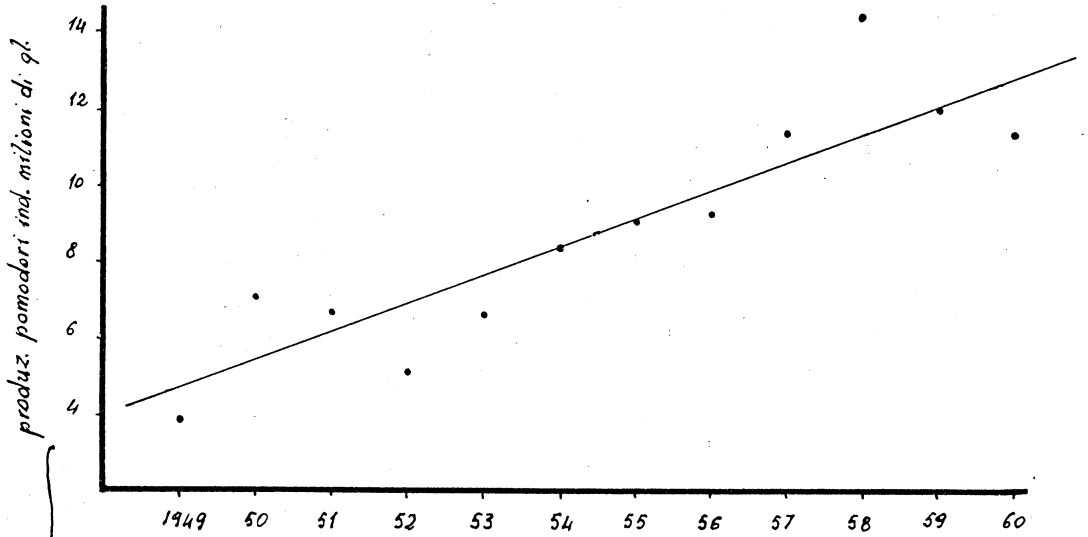
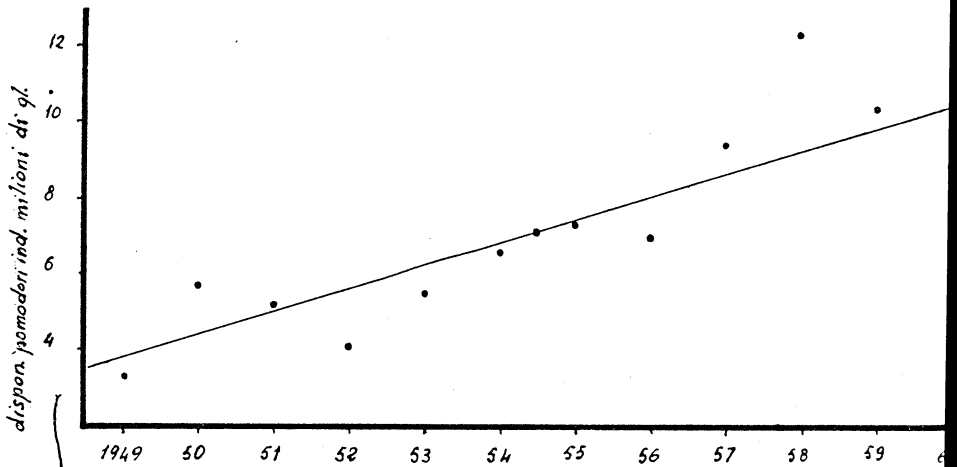
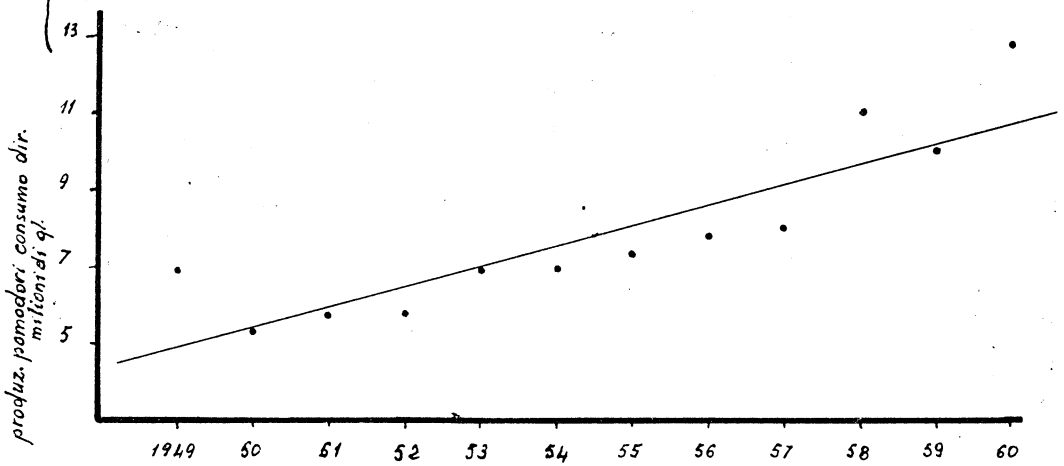
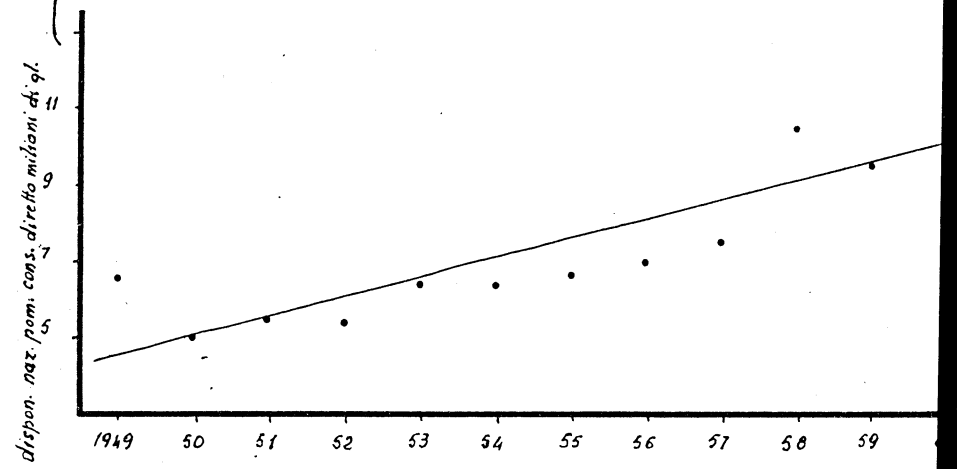


fig. 2







Percentuale della produz.regionale di pomodori destinata al consumo diretto(1)

Campania	20%	Puglia	65%
Emilia Romagna	40%	Umbria	30%
Sicilia	70%	Lazio	75%
		Toscana	85%

Per quanto riguarda la produzione di pomodoro per uso industriale, basterà ricordare che circa l'80-85% della produzione nazionale di pelati viene ottenuta in Italia Meridionale, mentre il pomodoro per concentrati viene prodotto prevalentemente in Italia Settentrionale.

Parallelamente alla produzione la domanda nazionale ed estera si è andata espandendo notevolmente. Il consumo di ortaggi freschi e legumi secondo la Cao-Pinna raggiunse nel 1955-57 il valore annuo di circa 140 Kg. pro-capite, di cui oltre Kg.16 erano rappresentati esclusivamente dal consumo di pomodoro freschi. I dati da noi calcolati sull'andamento delle disponibilità negli ultimi anni indicherebbero per il periodo 1959-60 una disponibilità media per abitante di circa Kg.20 di pomodoro per uso industriale, e di circa Kg.22 di pomodoro per consumo diretto.

---

(1) - Fonte: A. Giordano "Pomodoro" Relaz. presentata alla Conf.Nazionale Mondo Rurale e Agricolo - Roma 8 giugno 1961 - Bozze di stampa.

Disponibilità nazionale di pomodori(000 qli)

	1949	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956
Disp.pomodoro per industria	3.368	5.734	5.241	4.155	5.566	6.597	7.356	7.054
	1957	1958	1959	1960				
	9.423	12.397	10.249	8.966				

	1949	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957
Disp.pomodoro cons. diretto	6.971	5.359	5815	5873	6981	7006	7389	7868	8111
	1958	1959	1960						
	11.083	10.128	12.881						

L'aumento avvenuto negli ultimi 13 anni delle disponibilità nazionali di pomodoro fresco e da industria sono rappresentate dai grafici in fig.2, che bene mettono in evidenza i notevoli saggi di incremento ottenuti, e che forniscono un'idea abbastanza accurata della dinamica dei consumi. Per un prodotto come quello in esame, infatti, e per un lungo periodo di tempo, è piuttosto logico assumere che le disponibilità ed i consumi siano fortemente correlati e che essi abbiano avuto, di conseguenza, andamento molto simile.

Il mercato estero ha avuto importanza ben diversa nel determinare la domanda totale per i due tipi di produzione. Le esportazioni di pomodoro fresco, pur essendo aumentate rispetto ad un decennio fa, sono rimaste a livelli piuttosto modesti interessando solo il 5% circa della produzione di pomodori per consumo diretto.

Esportazioni di pomodoro fresco (000 qli)

1948	1949	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959	1960
493	410	448	393	486	567	636	758	881	753	763	583	648

Le regioni esportatrici più importanti sono la Sicilia, gli Abruzzi, le Marche, l'Emilia e la Liguria, la cui produzione viene per lo più smerciata sui mercati della Germania, della Svizzera e dell'Austria, in concorrenza sia con le produzioni locali, in continuo incremento, che con le esportazioni di altri paesi quali la Bulgaria, la Spagna, l'Olanda, l'Ungheria, ecc. Va notato che l'esportazione italiana si concentra nei mesi che sono anche quelli di maggior affollamento dei mercati, mentre è quasi assente in quelli primaverili, e cioè durante quel periodo in cui i prezzi sono più sostenuti.

In particolare potremmo aggiungere che negli ultimi anni il 14-15% dell'esportazione totale è stata effettuata in giugno, il 43-44% in luglio, il 27-28% in agosto, il 4-5% in settembre, ed il resto negli ultimi mesi con solo lo 0,2% nei 5 mesi di gennaio, febbraio, marzo, aprile e maggio.

Al contrario, l'esportazione dei derivati del pomodoro, pur andando soggetta ad alti e bassi di una certa ampiezza , ha mostrato una considerevole tendenza all'espansione.

Esportaz.di pomodori trasformati,espresse in peso equivalente di prodotto fresco (000 qli)

1948	1949	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959	1960
469	532	1381	1459	1025	1134	1863	1844	2246	2077	2023	1751	2434

Il grafico in fig.3, in cui le esportazioni dei derivati sono espresse in peso equivalente di pomodoro per uso industriale, illustra a sufficienza l'incremento che si è realizzato dal 1948 al 1960. L'esportazione italiana di pelati è diretta prevalentemente verso il Regno Unito e verso gli Stati Uniti, mentre quella di concentrati, il cui mercato in sen-

so geografico è notevolmente più ampio, è prevalentemente rivolta verso il Regno Unito e verso la Germania. Da notare la notevole espansione delle esportazioni di succhi che ha caratterizzato gli ultimi 5-6 anni.

Analoga differenza di comportamento ha caratterizzato le vicende dei prezzi del pomodoro industriale e per consumo diretto.

Prezzi medi nazionali del pomodoro (£/qle)

	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959	1960
Per uso industriale	1.560	794	.965	1.750	2.065	1.265	1.127	1.428	1.733	942	1683
Per consumo diretto	2.337	2.601	2.000	3.137	2.698	2.428	3.309	3.301	4.495	2883	4072

La fig.4 rappresenta graficamente le tendenze manifestate dalle due serie di prezzi espresse in moneta corrente dal 1948 al 1960

Da essa risulta che i prezzi del pomodoro destinato all'industria trasformatrice hanno, tutto sommato, rivelato un andamento molto variabile da un anno all'altro, e leggermente cedente per il periodo considerato. Tendenza questa che sarebbe risultata ancor più marcata e manifesta se i prezzi fossero stati addirittura espressi in moneta constante.

I prezzi del pomodoro destinato al consumo diretto, malgrado una certa variabilità che è andata via via aumentando hanno invece palesato una netta tendenza al rialzo, incrementandosi in una dozzina di anni, del 75% circa. Tale tendenza allo aumento perdura anche abbastanza evidentemente se si esprime la serie in moneta costante.

E' significativo, inoltre che i prezzi, sia nazionali che di esportazione, dei pomodori per consumo diretto siano decisamente migliori

POMODORI

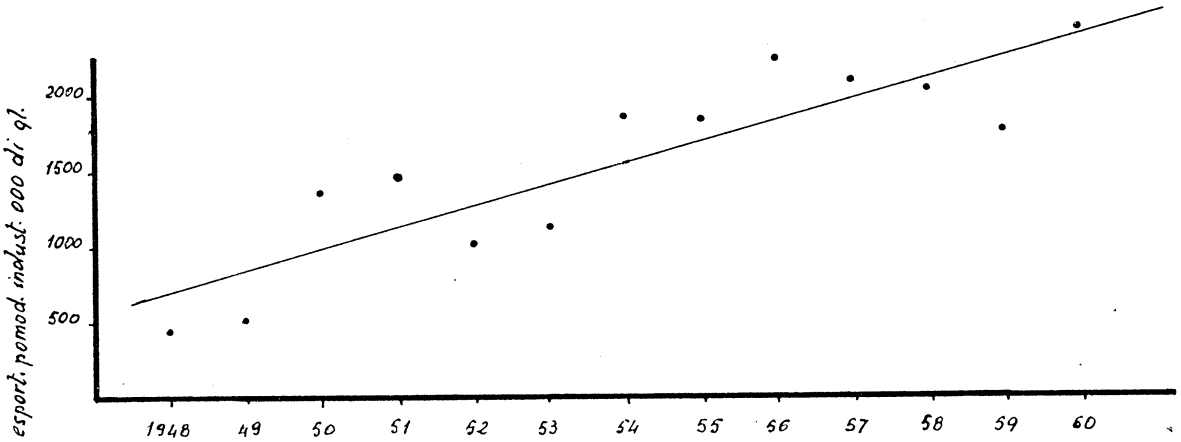


fig. 3

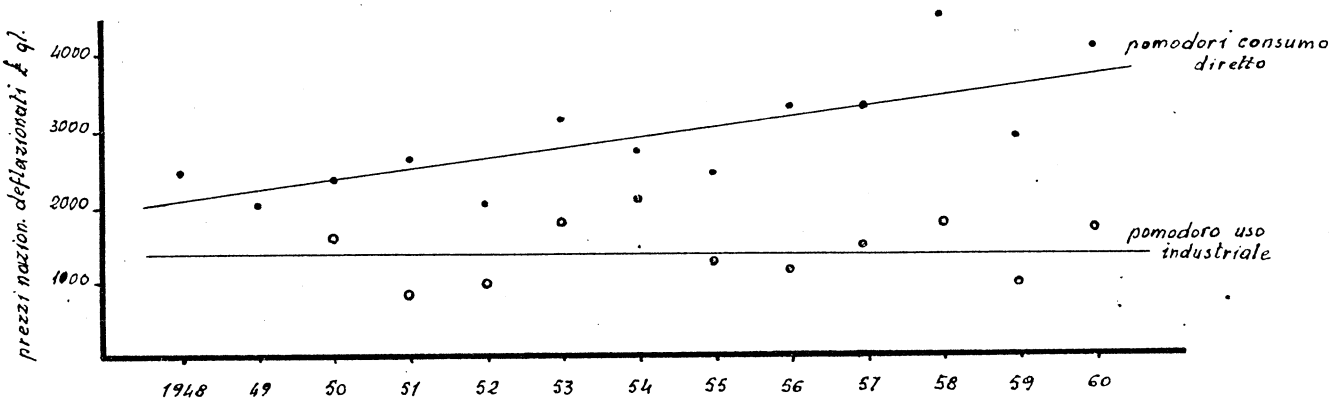


fig. 4

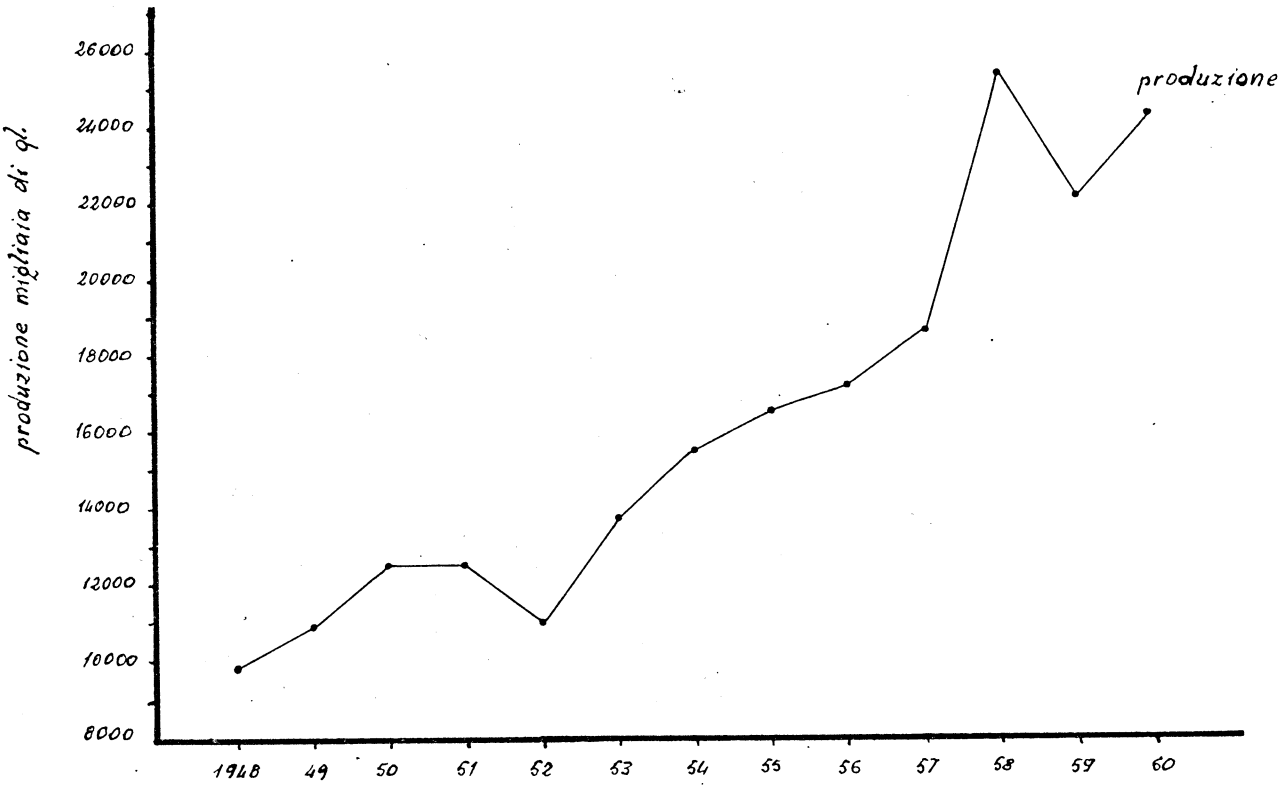


fig. 2 bis

di quelli dei pomodori per uso industriale, malgrado questi ultimi abbiano visto notevolmente aumentate le proprie esportazioni. Il pomodro fresco, in altre parole, pur avendo un mercato, come sopra accennato, geograficamente e temporalmente più ristretto di quello del pomodoro industriale, ha goduto di una congiuntura più favorevole, per cui la produzione si è accresciuta in regime di prezzi crescenti. E, ciò che è anche più importante, rivela una tendenza di fondo decisamente sostenuta, malgrado qualche incertezza accusata dalla maggiore variabilità dei prezzi in questi ultimi anni.

Il futuro del mercato del pomodoro industriale è difficilmente prevedibile, anche in considerazione della notevole importanza che in esso assume la domanda estera; ma vi è motivo di credere che, nel lungo periodo, esso rimarrà piuttosto stabile. Purtroppo al momento attuale, non esistono nemmeno elementi che lascino sperare in una riduzione della elevata instabilità dei prezzi nel breve periodo. Le cause reali di tale instabilità sono di varia natura e, a nostro avviso, tutt'altro che identificate o facilmente identificabili.

Uno studio rivolto a stabilire la loro natura, che non si limiti ad indagarle solo superficialmente, ma vada piuttosto a ricercarne le origini nel modo più approfondito, dovrebbe indicarci il modo per ridurre l'instabilità dei prezzi che è già stata per il passato, e a noi sembra continuerà ad essere per il futuro, causa a sua volta di ingenti perdite da parte degli agricoltori.

E' facile, invece, prevedere la futura espansione del mercato del pomodoro per consumo diretto. I consumi nazionali aumentano velocemente, e le stime della Cao-Pinna prevedono per il 1970 un consumo pro-

capite di circa 37 Kg., cui corrisponderebbe un consumo nazionale di oltre 19 milioni di quintali. Se la produzione continuasse ad accrescersi al ritmo attuale, nel 1970 si raggiungerebbero livelli di circa 16-17 milioni di quintali. Quindi, secondo le stime ora riportate, bisognerebbe attendersi un aumento dei prezzi rispetto ai prezzi attuali affinchè la domanda venga condotta ad eguagliare l'offerta.

E' però indispensabile che i trends attuali continuino in futuro, e sopratutto che continui la tendenza in atto rivolta ad una espansione temporale del mercato attraverso una dilatazione del calendario di raccolta.

Nè bisogna sottovalutare l'importanza che una tale dilatazione, congiunta ad una riduzione dei costi e ad un miglioramento della rete dei trasporti, potrebbe avere nel permettere alla produzione italiana di raggiungere alcuni di quei favorevoli mercati esteri oggi troppo lontani sia geograficamente che temporalmente.

Per concludere, i pochi elementi in nostro possesso sembrerebbero confermare le favorevoli tendenze messe in mostra dalla serie storica dei prezzi da noi esaminata.

E' inutile aggiungere però che sarebbe necessario uno studio più dettagliato prima di poter raggiungere conclusioni definitive, studio in cui i trends attuali non dovrebbero essere considerati come gli unici possibili nel futuro, ma in cui dovrebbero essere prese in esame le diverse ipotesi alternative più probabili sul comportamento futuro della produzione, dei consumi e dei prezzi sul mercato nazionale e su quello estero.