

La classificazione e l'imballaggio, infine, sono quasi del tutto trascurati per quella parte della merce destinata al mercato locale — ove si escludano alcune limitatissime partite acquistate dai supermercati e dai negozi di primizie — mentre vengono di regola effettuati per i prodotti di esportazione. Ma anche a questo punto occorre rilevare l'inefficienza del sistema, dal momento che, mancando un'organizzazione per la classificazione e l'imballaggio, i costi che i produttori devono sostenere risultano particolarmente elevati.

L'altra strozzatura — a cui s'è fatto cenno in apertura di capitolo — che influenza e condiziona in misura determinante il mercato alla produzione, è quella riguardante lo squilibrio di potere contrattuale fra il produttore ed il commerciante, nel senso che il primo viene a trovarsi in condizione di chiara dipendenza nei confronti del secondo (1).

Un ulteriore fattore di squilibrio — strettamente connesso con la bassa efficienza dei servizi tecnici di mercato — è dovuto inoltre alla carenza di attrezzature per la conservazione della produzione, di modo che l'agricoltore si vede costretto troppo spesso a cedere la propria merce a condizioni di sfavore (e talora a qualsiasi condizione), e lo stesso accade — sia pure in misura più ridotta, dato il più elevato livello di organizzazione e di informazione — ai piccoli commercianti, sprovvisti anch'essi di dette attrezzature e quindi soggetti a un rischio che viene in genere a ricadere sui produttori. In una situazione di privilegio si trova invece il grosso commerciante o il grossista che dispone di adeguate attrezzature, proprie o pubbliche (2).

Un aspetto negativo dell'attuale struttura dei mercati è costituito poi dalla presenza di operatori che incidono alquanto sui costi di marketing senza fornire un'adeguata contropartita di servizi: sono essi i mediatori e gli intermediari, i quali in un mercato moderno vanno eliminati mediante infrastrutture sostitutive meno costose e più efficienti.

Per concludere, la razionalizzazione del marketing risulta un problema di primaria importanza per l'agricoltura piemontese. Essa, è evidente, dipende anche dal settore produttivo, poichè senza una raziona-

---

(1) I motivi di questo stato di cose vanno ricercati principalmente nell'assenza di validi strumenti di informazione circa le caratteristiche e l'andamento del mercato dei singoli prodotti, per cui i commercianti e gli industriali, solitamente, invece, bene informati e dotati di un apparato organizzativo di buon livello, hanno quasi sempre buon gioco ad assorbire i prodotti alle condizioni più vantaggiose per loro.

(2) A questo riguardo va notato come le attrezzature dei pubblici mercati siano generalmente utilizzate, tra tutte le categorie interessate al marketing, solo dai commercianti.