

produzione di beni più vicini alle richieste, "ai gusti", del mercato, con un chiaro vantaggio in termini di prezzi realizzabili.

Il secondo flusso di informazioni dovrà poi essere indirizzato dalla "Cellula" direttamente verso le aziende agricole, per aiutarle a meglio programmare la produzione in funzione delle diverse richieste ed opportunità di mercato. In questo senso si può sin d'ora immaginare la realizzazione di una "news letter" da inviare alle aziende (o alle sole associazioni di categoria al fine di ridurre i costi di trasmissione) con cadenza periodica (trimestrale, ad esempio) e che contenga informazioni, strutturate ed aggiornate in ogni nuovo numero, relative a:

- volumi di produzione realizzati e previsti per le diverse specializzazioni produttive;
- volumi dei consumi realizzati e previsti secondo lo stesso dettaglio settoriale;
- andamenti dei prezzi (regionali, nazionali e comunitari) e relative previsioni;
- luoghi (mercati nazionali e internazionali) e soggetti (grossisti, cooperative, grande distribuzione, industrie ecc.) della domanda dei diversi beni.

La validità di tali informazioni sarà direttamente proporzionale al dettaglio merceologico e alle caratteristiche qualitative dei prodotti agricoli richieste dai vari mercati (da quelle misurabili, quali quelle organolettiche a quelle più impalpabili quali il colore, il gusto, ecc. dei prodotti).

