

dall'altra i ritardi dei produttori locali nel recepire le indicazioni che vengono dal mercato in termini di certificazione e tipicizzazione dei prodotti (il 76,7% non ricorre a questi servizi, mentre percentuali ancora più elevate non fanno pubblicità o studi di mercato), di rapporti con la grande distribuzione, di penetrazione di mercati extra locali (il 50% delle aziende campionate nell'indagine diretta colloca il proprio prodotto sul mercato locale).

Tale situazione, che può sinteticamente definirsi di "potenza agricola in ripiegamento", è anche il frutto di politiche - comunitarie, nazionali e regionali - che hanno sempre privilegiato l'attenzione e il potenziamento del momento produttivo rispetto all'orientamento delle imprese alle esigenze e alle domande del mercato.

La proposta, avanzata in queste pagine, di istituzione di una "Cellula di pianificazione e orientamento dei mercati agricoli" vuole rappresentare una prima risposta nel senso di un avvicinamento delle aziende e delle politiche regionali alle domande e alle trasformazioni dei mercati. Se, quindi, il progetto scaturisce dalla approfondita lettura della realtà agricola del Pinerolese, esso non può che avere un riferimento territoriale più ampio, almeno provinciale per quel che riguarda i problemi e i ritardi delle aziende agricole, e regionale per quel che afferisce alla attribuzione delle competenze pubbliche.

#### b) L'articolazione delle funzioni della "Cellula"

Compito principale della "Cellula di pianificazione e orientamento dei mercati agricoli" deve essere quello di osservatorio dell'evoluzione dei mercati agricoli in