

LE ASSOCIAZIONI DI PRODUTTORI NELLA FILIERA ORTOFRUTTICOLA: UN CONFRONTO ITALIA-FRANCIA

GIOVANNI SCOLA (*)

L'evoluzione della filiera alimentare ha portato nel corso degli anni a una profonda modificazione dei canali commerciali e dei sistemi distribuitivi. In questi ultimi tempi, tuttavia, il ritmo dei cambiamenti è aumentato in misura tale da creare delle sfasature tra la fase produttiva e quella commerciale. L'agricoltura sembra stentare a mantenere il passo delle strutture che si trovano a valle della filiera, rendendo così sempre più problematico un suo adeguamento alle nuove regole.

Ci sono voluti centinaia d'anni per passare da «un'economia di autoconsumo» in cui i prodotti dell'agricoltura venivano utilizzati direttamente nell'azienda, ad una «economia di mercato», mentre in qualche decennio si è assistito ad un radicale mutamento di tutto l'apparato commerciale e distributivo. Profonde modificazioni socio-economiche hanno cambiato le abitudini dei consumatori e di conseguenza, in un processo a catena, si sono riflesse sullo sviluppo dell'apparato commerciale e produttivo.

Da questo quadro di profonde e veloci trasformazioni l'agricoltura ne esce un po' scossa e indebolita, non riuscendo, a causa di una eccessiva dispersione sia territoriale ma soprattutto decisionale e organizzativa, a far fronte alle nuove esigenze imposte dal mercato. La necessità di risolvere problemi come la polverizzazione dell'offerta, lo scarso potere contrattuale degli agricoltori, l'ineadeguatezza delle caratteristiche qualitative e merceologiche dei prodotti si fa sempre più pressante ed indispensabile.

Con lo sviluppo economico e l'allungamento dei circuiti commerciali, diverse figure economiche sono comparse tra la fase di produzione e quella di consumo, trasformando la domanda di prodotti agricoli da domanda «diretta» in «derivata». In questa nuova condizione, la domanda di prodotti agricoli all'azienda, esercitata dai grossisti, dall'industria di trasformazione, dai centri di raccolta, ecc., ha obbligato le aziende agricole a specializzarsi in poche produzioni rispondenti ai requisiti di queste nuove figure commerciali. È a questo punto che comincia a farsi sentire il problema del frazionamento dell'offerta. Gli agricoltori infatti si trovano spesso in condizioni di inferiorità nelle contrattazioni con i grossisti e le industrie di trasformazione e la maggior parte di essi non riesce ad adattare la propria produzione alle nuove esigenze qualitative e merceologiche.

Abstract

As a consequence of all developments concerning agriculture and of the need for a more concentrated and well defined supply, our associations are showing their weak points: insufficient concentration, bad planning and circulation of information, insufficient supply and trade activities control.

The new organization of fruit and vegetable industry — where the big industrial groups are becoming more and more popular — and of the Great Distribution is contrasting with a bad organized production world. Unfortunately, Producers' Associations, created by the EEC, are not equally effective in all the Community countries. Namely in Italy, the lack of adequate laws and organization has prevented from reaching the aims. On the contrary, in other nations, as France for example, these associations are surely better than ours, and can play the role they were intended for.

Résumé

Face aux développements du monde agricole et à la nécessité d'une offre de plus en plus concentrée et bien définie, nos groupements montrent leurs points de faiblesse: concentration insuffisante, mauvaise programmation et circulation des informations, faible contrôle de l'offre et des activités commerciales. La nouvelle organisation de la filière des fruits et légumes — où les grands groupes industriels continuent à s'imposer — et de la Grande Distribution Organisée, s'heurte avec un monde productif mal organisé et qui n'est pas encore prêt. Les groupements, créés par la CEE afin de concentrer l'offre, semblent ne pas avoir eu la même efficacité dans tous les pays de la Communauté. Notamment, en Italie, le manque de lois et d'une organisation adéquates ont empêché d'atteindre les buts qu'on s'était proposé. Par contre dans d'autres nations, comme par exemple la France, grâce à une meilleure organisation, les groupements de producteurs ont atteint un niveau d'efficacité plus élevé que chez nous, en réussissant ainsi à jouer le rôle pour lequel elles avaient été créées.

Con il passare del tempo e l'aumento del benessere economico, le abitudini alimentari sono cambiate. Fenomeni come la destrutturazione del nucleo familiare (e aumento del numero dei «single»), il crescente inserimento delle donne nell'attività economica, la volontà di ridurre il lavoro casalingo, la diffusione dell'orario continuato, l'aumentata sensibilità alle economie di tempo e più in generale la riorganizzazione dei ritmi di vita, hanno generato un cambiamento delle modalità e dei luoghi di acquisto a vantaggio della moderna distribuzione. La vendita dei prodotti alimentari si è andata via via concentrando in strutture al dettaglio, come i supermercati e gli ipermercati. Si è profilato così un nuovo assetto commerciale in cui la domanda di prodotti agro-alimentari viene esercitata in prevalenza da due figure: le industrie di trasformazione e la grande distribuzione organizzata. La concentrazione della domanda si è accentuata enormemente e la necessità di accrescere la dimensione dell'offerta è diventata impellente.

Bisogna inoltre aggiungere che la concentrazione della domanda non è avvenuta uniformemente per tutte le filiere alimentari. Il settore ortofrutticolo, in particolare, si è mostrato un terreno molto fertile all'espansione della grande distribuzione. Si osserva infatti una tendenza accentuata verso i prodotti ad alto valore aggiunto (frutta esotica) e ad alto contenuto di servizio (insalata e

verdure cotte, confezionate, lavate e tagliate, ecc.) che i francesi definiscono come quarta e quinta gamma. E più acquisisce valore aggiunto, più il reparto ortofrutta diviene importante per gli operatori della distribuzione, in quanto i notevoli «plus» del prodotto consentono ricarichi maggiori di prezzo e comunicano un'immagine di freschezza e qualità al consumatore, immagine che si riflette sull'intero punto di vendita. Questi ed altri elementi (come la velocità di rotazione degli stocks, l'affezione dei clienti ai vari punti vendita determinata dalle scadenze quasi giornaliera degli acquisti, ecc.) hanno fatto dell'ortofrutta un settore estremamente importante per i grandi gruppi distributivi; ne è esempio il fatto che in Germania Federale i 5 maggiori gruppi di acquisto assorbono da soli più del 70% di tutta la produzione d'ortofrutta, in Francia più dell'80%. Da ciò derivano le preoccupazioni sul futuro del settore ortofrutticolo che con molte probabilità sarà caratterizzato da una massiccia presenza della grande distribuzione organizzata.

I riflessi sull'agricoltura sono sia indiretti che diretti e comportano la necessità, per l'agricoltura stessa, di organizzare la propria offerta su dimensioni più ampie di quelle attuali, sia per soddisfare le mutate caratteristiche della domanda, che per non perdere in potere contrattuale; l'aumento di dimensioni è comunque un prerequisito indispensabile per uno stabile inserimento sui mer-

(*) Osservatorio Agro-Industriale, Nomisma, Bologna.

cati internazionali. Le caratteristiche e le dimensioni tecnico-economiche degli adeguamenti richiesti tendono tuttavia a superare le capacità di azione delle singole strutture e definiscono zone di attività in cui possono operare solo gruppi di imprese, al fine di ottenere sostanziali vantaggi negli investimenti, nell'utilizzo delle risorse finanziarie e nella gestione delle relazioni commerciali.

L'associazione dei produttori rimane perciò l'unica carta da giocare per cercare di adattarsi a questi nuovi scenari.

La Comunità Economica Europea prevedendo questa situazione, ha visto nella costituzione di associazioni di produttori la migliore soluzione al problema e, a partire dal 1966, ha emanato una serie di regolamenti e direttive col fine di incentivarne la formazione. Tali normative comunitarie sono state abbastanza prontamente recepite e le associazioni di produttori si sono diffuse, più o meno intensamente, in tutte le regioni d'Italia. Tuttavia, benché numerose, poche sono quelle che fino ad ora hanno realmente svolto quel ruolo fondamentale che è la concentrazione dell'offerta e la successiva aggiunta al prodotto dei servizi richiesti dagli acquirenti. Spesso, infatti, le associazioni finiscono con il compiere solo la funzione relativa ai ritiri AIMA, realizzando, purtroppo, «sulla carta» una consistente «concentrazione» di associati, ma nella realtà le attività commerciali sono affidate alle iniziative dei singoli produttori, i quali non possono che affidarsi ai grossisti o agli esportatori.

Pertanto, le funzioni realmente espletate dalle A.P.O. si sono dimostrate essere assai lontane dai propositi per i quali esse erano state create.

Le funzioni delle associazioni di produttori ortofrutticoli (A.P.O.)

Per il settore ortofrutticolo, la costituzione di organizzazioni di produttori (successivamente denominate associazioni di produttori), ha origine nel 1966 con il regolamento comunitario n. 159/66, in seguito modificato dal reg. CEE n. 1035/72, (dove vengono emanate delle «disposizioni» per l'organizzazione comune dei mercati nel settore degli ortofrutticoli). Tuttavia le associazioni di produttori trovano disciplina generale nel regolamento comunitario n. 1360/78 recepito con la legge nazionale n. 674/78. In entrambi gli ordinamenti compaiono disposizioni di carattere integrativo ai provvedimenti che si pongono come precedenti di quelli del 1978.

Lo scopo fondamentale delle norme è di tutelare gli interessi dei produttori, favorendo, attraverso una associazione settoriale, la concentrazione dell'offerta e un'azione collettiva di controllo sulla fase produttiva, trasformativa e commerciale.

Il regolamento (1360/78) vuole superare le carenze strutturali che caratterizzano l'agricoltura italiana (1), istituendo un regime di

incentivazione per la costituzione di associazioni di produttori e relative unioni. Nell'art. 6 del regolamento viene fornito un lungo elenco di quelli che sono indicati come requisiti generali delle associazioni e delle unioni. Tali requisiti devono contribuire a far applicare agli associati regole comuni di produzione, in particolare per quanto riguarda la qualità dei prodotti o l'utilizzazione di pratiche biologiche (precisazione dovuta all'art. 3 del recente regolamento n. 1760/87) e inoltre norme comuni di immissione sul mercato (concernendo l'immissione le operazioni di concentrazione dell'offerta, di preparazione per la vendita e di offerta ad acquirenti all'ingrosso).

Con il reg. CEE 1530/78 si assiste ad un grande allargamento delle responsabilità delle A.P., le quali oltre ai «ritiri dal mercato» diventano il titolare dei contratti o delle quote di prodotto da trasformare.

Pertanto dopo l'emanazione di quest'ultimo regolamento il ruolo delle A.P.O. si è notevolmente ingrandito, aumentando il numero delle proprie funzioni.

Queste ultime possono essere sostanzialmente raggruppate in due gruppi:

— Un primo gruppo può essere definito «funzioni d'ufficio» e comprende tutte quelle funzioni che si possono dire obbligatorie, in pratica quelle operazioni e quegli adempimenti conferiti dai mandati dalla CEE o dallo Stato per la gestione dell'intervento pubblico sul mercato («ritiri dal mercato», «contrattazione»);

— Un secondo gruppo definibile come «iniziative autonome», sono tutte quelle attività che dovrebbero fare delle A.P.O. un «operatore di mercato»: concentrazione dell'offerta, identificazione delle regole di commercializzazione e di contrattazione in rappresentanza di soci.

Si tratta di azioni che non sono obbligatorie ma, dal punto di vista del regolamento CEE sembrano esser quelle che giustificano l'esistenza delle associazioni. È compito delle A.P.O. non solo gestire il flusso della produzione verso i vari canali distributivi, ma anche svolgere operazioni necessarie di miglioramento e di tutela della produzione, adattando la produzione e l'offerta alle esigenze di mercato (informazione, concentrazione della produzione, stoccaggio, condizionamento e trasformazione). La garanzia del funzionamento delle A.P.O. dovrebbe essere data dall'obbligo dei produttori di vendere tutta la produzione attraverso l'associazione, anche se, in seguito ad una modifica introdotta dall'art. 3 del regolamento n. 1760/87, è concessa alle associazioni la possibilità di autorizzare i soci a vendere i loro prodotti (2), sempre nel rispetto delle norme previste dallo statuto dell'associazione (qualità, quantità, prezzo e comportamento).

Le reali attività svolte dalle A.P.O.

Di tutte le attività e le responsabilità che, secondo la legislazione comunitaria e nazio-

nale, avrebbero dovuto essere di competenza delle A.P.O., ben poche nella realtà sono risultate esecutive.

In pratica il lavoro svolto dalle associazioni è, fatta eccezione per alcuni prodotti destinati alla trasformazione (pomodoro da industria, olive, etc.), puramente amministrativo. Di tutte le attività che in teoria esse avrebbero dovuto svolgere l'unica a funzionare regolarmente è quella d'intervento sui mercati mediante il «ritiro» di quote di produzione. Tant'è che numerosi produttori sono portati ad identificare le A.P.O. come strutture pubbliche che gestiscono gli interventi CEE.

Falli nelle normative, presenza di «scappatoie» e scarsità di informazioni, fanno sì che la realtà sia profondamente diversa dalle intenzioni dei legislatori comunitari e nazionali. Il fatto che alle A.P.O. non appartengano tutti i produttori, significa che un gran numero di non associati non si atterra a restrizioni come un eventuale programma di diminuzione della produzione o a discipline di calendario, godendo peraltro dei benefici derivanti dall'eventuale autocontrollo dei partecipanti alle associazioni. Di conseguenza sforzi compiuti dalle A.P.O. in questo senso risulterebbero vani o addirittura controproducenti, se si considera che un prezzo stabilizzato su alti valori potrebbe generare maggiori investimenti culturali da parte dei coltivatori indipendenti.

Pertanto, la funzione di gestione-programmazione dell'offerta risulta molto difficile e si complica ancora di più se si considerano le enormi difficoltà che incontrano i «programmatori» delle associazioni, nell'aver informazioni sulla produzione.

Da uno studio compiuto nel 1988 su un campione di 51 A.P.O. nazionali (3), risulta che solo la metà delle associazioni riesce a raccogliere completamente informazioni sugli investimenti culturali effettuati dai soci, mentre poco più di 1/3 ricevono tempestivamente informazioni sugli andamenti produttivi in fase di maturazione dei prodotti. Dallo stesso studio emergono inoltre difficoltà nella realizzazione di un lavoro di gestione-programmazione, identificabili soprattutto nello scarso adeguamento dei soci alle indicazioni programmatiche della produzione (32% delle associazioni) e soprattutto rispetto alle quantità da immettere sul mercato (22% delle associazioni).

(1) Il regolamento comunitario trova varie limitazioni alla propria applicabilità, concernendo solo alcuni paesi (secondo la redazione iniziale, Italia, Belgio, e alcune regioni della Francia), e in tali paesi non tutti i prodotti. Sempre con riferimento alla redazione originaria, solo per l'Italia si ha una disciplina di portata generale (quasi totalità dei prodotti del suolo e dell'allevamento ed una larga serie di prodotti trasformati). In seguito alle loro adesioni alla Comunità saranno posti sullo stesso piano dell'Italia la Grecia e successivamente il Portogallo.

(2) In realtà tale pratica non rappresenta una novità per le A.P.O. italiane. La possibilità di autorizzare i singoli soci a vendere i loro prodotti, infatti, seppur in contrasto col regolamento comunitario, era invece ammessa dalla legge nazionale 674/78.

(3) Studio compiuto dal Prof. I. Malevolti «Una indagine empirica sulle associazioni produttori», La questione agraria n. 35, 1989.

Per quanto riguarda la commercializzazione il ruolo delle associazioni è profondamente diverso a seconda della destinazione dei prodotti stessi. Possiamo fare una netta distinzione, infatti, fra i prodotti destinati all'industria di trasformazione, per i quali le A.P.O. svolgono una funzione determinante, e i prodotti destinati al consumo fresco, per i quali invece l'intervento delle A.P.O. è puramente formale.

Per tutti i prodotti regolamentati nel 1530/78, per i quali è previsto un incentivo alla trasformazione le A.P.O. esercitano, nei margini consentiti dal regolamento stesso (sono prefissati un prezzo minimo, norme di qualità, limiti quantitativi), la funzione di vero e proprio contraente.

Ma per tutti gli altri prodotti, che rappresentano la grande maggioranza, spesso l'attività delle A.P.O. si limita alla sola registrazione delle vendite di fatto già effettuate dai singoli soci. In effetti, la possibilità degli associati di vendere il proprio prodotto costituisce una «scappatoia» di legge attraverso la quale si rendono le associazioni ininfluenti sul piano del controllo dell'offerta, delle regole d'offerta e della commercializzazione dei loro prodotti.

Tuttavia il problema delle scarse attività commerciali svolte dalle associazioni è di portata molto più ampia, e si rifà alla «disputa» sugli effettivi compiti di questa istituzione ed in particolare si mettono in discussione le loro funzioni imprenditoriali (funzioni operative di concentrazione, lavorazione e vendita). A questo proposito si deve ricordare che, a differenza delle cooperative, le associazioni di produttori non sono dal punto di vista giuridico delle imprese e questo ne rende l'attività commerciale ancor più problematica (mancano di un capitale sociale, etc.).

Secondo lo statuto-tipo per le associazioni di produttori adottato nel 1983 (art. 1 e art. 4), si stabilisce che l'associazione delega i compiti d'impresa di propria competenza «alle cooperative agricole, o a consorzi di cooperative associate, o ad altri organismi associativi di produttori agricoli, o ai singoli associati particolarmente attrezzati». Pertanto l'azione delle associazioni sembra confinata alle funzioni normative (compiti di autoregolamentazione e di controllo della produzione e della sua immissione sui mercati). Senza dubbio tali funzioni sono di grande importanza, ma è lecito pensare che, disgiunte da quelle di commercializzazione diretta, non riescano a svilupparsi nella ma-

niera desiderata; ed inoltre che, in assenza della forza economica che una presenza sul mercato può dare, la loro azione risulti troppo debole ed inefficace.

Il ruolo dei «groupements de producteurs» in Francia

Se in Italia le A.P.O. sembrano non riuscire a svolgere pienamente le funzioni per le quali sono state create, in altri Paesi appartenenti alla CEE queste istituzioni hanno già da tempo consolidato un ruolo ben più completo, confacente alle aspettative dei legislatori comunitari. È così che in Paesi come Francia ed Olanda, grazie a un quadro strutturale e legislativo sostanzialmente diverso dal nostro, le associazioni di produttori riescono a svolgere gran parte delle attività di controllo della produzione e della commercializzazione.

Con la Legge complementare di orientamento agricolo dell'8 agosto 1962 si stabilisce in Francia un modello sull'organizzazione economica dei produttori, tendente al progresso qualitativo della produzione ed ad un dominio del mercato, rinforzando il suo potere economico all'interno del processo commerciale. Con questa legge si crea in Francia la figura del «groupement de producteurs», adottata in seguito dalla CEE (reg. 1035/72 : definizione delle organizzazioni di produttori).

Il riconoscimento a tale associazione, che garantisce determinate agevolazioni e che conferisce la possibilità di applicazione di alcune misure comunitarie (es. ritiri), è accordato solo se i produttori sono già riuniti in certi tipi di organizzazioni (in Italia anche, ed in larga misura, ad agricoltori singoli), e se gli organismi così costituiti si propongono taluni obiettivi, non limitati alla sola fase produttiva, ma estesi fino a comprendere la fase dell'immissione dei prodotti sui mercati interni od esteri.

In particolare, i «groupements des producteurs», per essere riconosciuti ed usufruire dei vantaggi di tipo finanziario previsti dal regolamento Cee n° 1035/78 e dalla legge francese, devono rispondere ai seguenti requisiti:

— Esercitare la doppia funzione di produzione e di commercializzazione dei prodotti dei soci; disporre di almeno 300 ha di superficie coltivata a ortofruttili; le singole parcelle o aziende facenti capo all'organizzazione comune devono trovarsi in un'area il cui raggio non deve superare i 50 km.

— Obbligo per ciascun aderente alla organizzazione comune di comunicare all'inizio della campagna le sue intenzioni circa le quantità e le varietà che intende produrre. Le varietà sono stabilite da un apposito comitato tecnico e sono in linea con le disposizioni stabilite a livello nazionale dal ministero dell'agricoltura.

— Ciascun aderente deve mettere a disposizione del «groupement» l'intera produzione realizzata nell'ambito della sua azienda; deve inoltre comunicare agli organi dirigenti

del «groupement» lo stato delle sue coltivazioni prima della raccolta in modo da consentire a questo di poter programmare meglio la politica commerciale.

I «groupements de producteurs» possono costituirsi sotto forma di associazioni, cooperative e unioni (⁴), S.I.C.A. (⁵) e sindacati diversi da quelli a vocazione generale.

I «groupements» di una certa regione sono raggruppati all'interno di particolari organismi detti Comitati Economici Agricoli (C.E.A.F.L.) (⁶), i quali a loro volta sono raggruppati in un unico organismo centrale (A.F.C.O.F.E.L.) che coordina l'azione dei comitati regionali. Le funzioni di questi Comitati (C.E.A.F.L.) sono quelle di armonizzare le varie discipline, e di dettare regole comuni che si possano estendere, in certe circostanze, agli agricoltori non facenti parte delle associazioni.

È importante sottolineare la funzione di coordinamento svolta da questi comitati che, con la loro opera, favoriscono un'uniformità di azione delle singole associazioni che è indispensabile se si vuole rendere efficace un certa strategia.

Sul piano dei circuiti distributivi la nozione di «groupement de producteurs» ricopriva in partenza una realtà semplice. Si trattava in effetti di produttori (Cooperative e S.I.C.A.) che si occupavano della commercializzazione dei loro prodotti, diventando così autonomi per quanto riguarda le fasi di preparazione, di condizionamento e vendita. In seguito, accanto a queste associazioni «pure», si sono sviluppate altre forme più morbide che sono tutte contrassegnate da una caratteristica comune: esse non effettuano più direttamente una completa commercializzazione.

Così, «Les groupements de mise en marché» (⁷), che associano un gruppo di produttori a uno spedizioniere, non assicurano la funzione di spedizione poiché questa è svolta dallo spedizioniere «testa del groupement» (che, ricordiamo, ha l'obbligo di acquistare solo dal groupement con il quale ha firmato l'accordo, il quale, a sua volta, ha l'obbligo di fornire un prodotto con determinate caratteristiche qualitative e commerciali).

Analogamente, i «Marchés au cadran» (⁸) che sono stati istituiti, permettono di controllare le condizioni nelle quali si fa la prima immissione sul mercato, ma non di andare oltre; la merce è venduta a uno spedizioniere (o a un compratore) aggregato al «cadran».

Da una prima analisi di quanto è stato detto, si può notare che il problema sullo svolgimento delle attività di commercializzazione «A.P.O. francesi» è molto ridotto e, anche nel caso di questi ultimi due tipi di organizzazioni («Les groupements de mise en marché» e «Marchés au cadran»), che come abbiamo visto non gestiscono completamente la commercializzazione, viene assicurata l'immissione della produzione sul mercato.

La presenza di particolari sistemi di vendita («Marchés au cadran»), che già di per sé im-

(⁴) Unioni di cooperative. Il loro obiettivo è di raggruppare il potenziale di vendita di un certo numero di cooperative in una organizzazione comune di vendita.

(⁵) Sociétés d'intérêt collective agricole. Si differenziano dalle cooperative soprattutto per quanto riguarda il principio di esclusività (meno accentuato nelle S.I.C.A.) che regge i rapporti commerciali dei soci, sulla presa delle decisioni in assemblea e sul regime fiscale.

(⁶) Comités Economiques Agricoles Fruits et Légumes.

(⁷) Termine impiegato per comodità per indicare Sindacati e associazioni per l'immissione sul mercato.

(⁸) Mercati con sistema di vendita all'asta sul modello olandese. Essi possono avere uno statuto di Cooperative o di S.I.C.A.

plicano un rigido controllo dell'offerta, e soprattutto l'esistenza di organismi di secondo grado (Comitati Economici Agricoli) con il potere di dettare regole e di coordinare le azioni delle associazioni ad essi aderenti, hanno permesso ai «groupements» francesi di essere una struttura realmente operativa a tutti i livelli, dalla fase produttiva a quella commerciale, limitata quest'ultima all'immissione sul mercato (concentrazione dell'offerta, stabilizzazione dei corsi di mercato, controllo qualitativo e quantitativo della produzione, standardizzazione e condizionamento del prodotto, immissione sul mercato).

Attualmente in Francia esistono 12 Comitati Economici Regionali e 3 Comitati Economici specializzati per prodotto i quali coordinano l'azione di 259 «Groupements de Producteurs». Questi ultimi, nell'insieme, commercializzano il 60% della produzione nazionale di frutta fresca e il 50% della produzione di legumi (media del periodo 1985-1990). Considerabile è inoltre la loro importanza anche sulle esportazioni di frutta e legumi; nel 1989 le associazioni di produttori francesi esportavano una quantità di frutta e legumi pari al 63% del totale nazionale.

Il successo di queste organizzazioni è palese, soprattutto se si paragona alle «performances» delle A.P.O. italiane. I motivi di questa diversa evoluzione vanno ricercati nella più sofisticata e soprattutto più efficiente organizzazione dei «Groupements» francesi. Come abbiamo visto, le associazioni di produttori francesi sono strutturate in una Organizzazione Economica di tipo piramidale (Groupements de producteurs, Comités Economiques Régionaux et l'Organisation Française des Comités Economiques A.F.C.O.F.E.L.) alla cui testa si trova l'organizzazione nazionale A.F.C.O.F.E.L.

I vari elementi di questa «piramide» sono collegati fra loro da una sofisticata rete telematica ed informatica la quale, consentendo un rapido scambio di notizie ed informazioni, facilita l'adattamento delle strategie commerciali dei «Groupements» alle esigenze di mercato.

Le associazioni di produttori forniscono i dati relativi alla produzione ai Comitati Economici e a l'A.F.C.O.F.E.L., i quali a loro volta, dopo aver analizzato l'andamento della domanda e dell'offerta (l'Organizzazione Economica è a diretto contatto con la distribuzione e l'industria di trasformazione⁽⁹⁾) elaborano per ciascun prodotto dei piani a breve, medio e lungo periodo.

Nel breve periodo viene regolata l'immissione sul mercato e vengono adattate le campagne pubblicitarie e promozionali.

Nel medio e lungo periodo viene adattata l'offerta alle grandi tendenze del mercato e vengono orientate le politiche di rinnovazione del comparto ortofrutticolo. In particolare vengono svolte azioni di coordinamento sulle politiche di qualità, presentazione dei prodotti, di regolarizzazione dei prezzi nelle zone di produzione omogenee e si indirizzano i «Groupements de Produc-

teurs», verso le migliori forme d'investimento, di sviluppo delle imprese, di ricerca e di sbocchi commerciali comuni.

Da questo sistema estremamente trasparente e razionale di flussi incrociati di notizie, consigli e regole comuni, emerge una organizzazione economica dinamica ed efficace, dalla quale i singoli produttori possono realmente trarre vantaggi e benefici.

Conclusioni

I diversi risultati conseguiti dalle associazioni di produttori dei due paesi messi a confronto, possono essere in parte ricercati nella diversa struttura ed organizzazione delle A.P.O. stesse.

In Italia le A.P.O. riuniscono cooperative e privati, mentre in Francia sono riconosciute come «Groupements» solo organizzazioni di produttori (S.I.C.A., cooperative, unioni, etc.). Le associazioni francesi, pertanto, hanno il controllo della vendita di tutta la produzione, controllo che invece le associazioni italiane non possono esercitare, essendo concessa ai soci (cooperative e privati) la possibilità di vendere il proprio prodotto. Altro fatto importante è che nel nostro paese le A.P.O. fanno capo a unioni regionali diverse e a diverse unioni nazionali a seconda dell'area politica di appartenenza.

L'assetto organizzativo italiano prevede infatti delle associazioni, delle unioni regionali e delle unioni nazionali costituite dalle associazioni dei produttori (e non dalle unioni regionali) (legge n. 674 art.6 comma primo). In particolare le unioni regionali e nazionali sono destinate a partecipare rispettivamente «alla programmazione agricola nazionale e ad avanzare, le unioni nazionali, al Comitato interministeriale per la politica agricola, proposte di indirizzo e di coordinamento per la formazione dei programmi nazionali in agricoltura»⁽¹⁰⁾. Sono stati istituiti, inoltre, dei comitati regionali e dei comitati nazionali⁽¹¹⁾, con il compito di coordinare l'azione delle unioni regionali i primi e quelle nazionali i secondi. Quanto al profilo funzionale di queste ultime, esse costituiscono la proiezione operativa delle associazioni rispettivamente a livello regionale e nazionale. La legislazione in materia non prevede limitazioni al numero di unioni per settore, cosicché si è venuta a creare una situazione in cui per uno stesso prodotto vi sono associazioni che, a seconda del loro orientamento politico, fanno capo a unioni regionali diverse, le quali a loro volta si rifanno alle corrispondenti unioni nazionali (legate ad una certa organizzazione sindacale).

Una tale organizzazione, nonostante l'esistenza di comitati con funzioni di coordinazione, rende assai difficile l'armonizzazione delle regole e delle discipline messe in atto dalle diverse associazioni, nonché di stabilire un'efficace rete d'informazione tra i produttori e le varie unioni.

In Francia, come abbiamo visto, esiste un'unica struttura di tipo piramidale, all'interno

della quale le informazioni circolano rapidamente; ciò facilita il controllo della produzione, la previsione dell'offerta, rendendo possibile un suo veloce adattamento alla domanda.

Inoltre abbiamo visto che in Francia esistono degli organismi di coordinamento dei «Groupements» (comitati economici agricoli) ai quali è concesso il potere di dettare regole comuni che si possano estendere, in certe circostanze, a tutti gli agricoltori di una certa regione, anche se non appartenenti alle associazioni. Tale possibilità è fondamentale per la riuscita di eventuali programmi di controllo qualitativo e quantitativo della produzione o di discipline di calendario, che altrimenti possono risultare vani. ●

Riferimenti bibliografici

- FORMEZ: *Le associazioni di produttori ortofrutticoli nell'Italia meridionale*, Ricerche e studi Formez, Napoli 1984.
- Malevolti I. (1989): «Una indagine empirica sulle associazioni produttive», *La Questione Agraria*, n. 35.
- Casadei E. (1988): «L'imprenditore agricolo di fronte al mercato: in particolare, le associazioni dei produttori agricoli», *Giurisprudenza agraria italiana*, n. 6.
- Casadei E. (1980): «Le associazioni e le unioni di produttori agricoli nel regolamento comunitario e nella legislazione italiana», *Rivista di diritto agrario*, 1, 536.
- Maisano A. (1978): «Le associazioni dei produttori agricoli», *Rivista di diritto agrario*, 1, 575.
- Gomez J.A. (1985): «Le associazioni di produttori ortofrutticoli», *Rivista di Politica Agraria*, n. 1.
- Orlando A.: «La natura giuridica delle associazioni dei produttori agricoli», *Cooperazione in Agricoltura 1981*, 88.
- Brunelli G. (1982): «Le associazioni dei produttori agricoli», *Consulenza*, 44.
- Alvisi F., Regazzi D.: *Economia del mercato dei prodotti agricoli*, Clueb, Bologna 1986.
- CTIFL, *La distribution des fruits et légumes en France*, Maulde et Renou, Paris 1985.
- Vaudois J. (1985): «Marchés phisiques et organisation du marché des fruits et légumes frais dans les pays de la CEE. Le rôle des marchés aux enchères dégressives», *Economie rurale*, n. 165.
- Rastoin F.: «Evolution de la distribution de fruits et légumes frais dans les pays industriels. Quel modèle?», *L'économie des fruits et légumes dans la région méditerranéenne*, Chania, 12-14 Novembre 1990.
- NOMISMA: «Rapporto sul sistema ortofrutticolo italiano. Analisi strutturale e congiunturale» Osservatorio sul Mercato Ortofrutticolo-NOMISMA, Bologna, Dicembre 1989.
- De Castro P.: *Associazionismo ultima spiaggia*. Il Giornale Nuovo, 17/7/1990.
- Bertelè U.: *La cooperazione agricola e il sistema alimentare italiano*, Editrice Cooperativa, inforcoop 1986.
- AFCOFEL: Association Française des Comités Economiques agricoles de Fruits et Légumes. Documenti vari.

⁽⁹⁾ L'Organizzazione Economica partecipa all'interno dell'AFIDEM (Association Française Interprofessionnelle pour la Transformation des Fruits et Légumes à Destinations Multiples) alle relazioni contrattuali legate alla consegna dei prodotti ortofrutticoli all'industria di trasformazione.

⁽¹⁰⁾ Mercuri M., «Le associazioni di produttori agricoli nella Comunità Economica Europea» UIAPOA 1990 dattiloscritto.

⁽¹¹⁾ Tali comitati sono composti da rappresentanti delle unioni, delle organizzazioni professionali e integrati da rappresentanti, con voto consultivo, delle organizzazioni sindacali agricole maggiormente rappresentative a livello nazionale nonché delle associazioni o enti nazionali di rappresentanza, assistenza e tutela del movimento cooperativo.