

(N. 2162)

### DISEGNO DI LEGGE

d'iniziativa del senatore ROVERE

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 13 APRILE 1967

Estensione ai prodotti floricoli della disciplina del commercio all'ingrosso dei prodotti ortofrutticoli, di cui alla legge 25 marzo 1959, n. 125

ONOREVOLI SENATORI. — La produzione ed il commercio dei prodotti floricoli sono andati progressivamente aumentando in questi ultimi anni. Si pensi, a questo proposito, che, mentre nel 1956 la superficie agricola impiegata nelle coltivazioni floricole era di 11.000 ettari e la produzione commercializzata aveva raggiunto un valore di 27 miliardi di lire, nel 1966 la superficie impiegata è stata di 11.781 ettari e la produzione commercializzata ha raggiunto un valore di 82 miliardi e 704 milioni di lire. Le esportazioni dei prodotti floricoli (fiori freschi recisi, boccioli, talee, piante ornamentali e da serra, bulbi, tuberi e rizomi) hanno raggiunto il valore di circa 23 miliardi, cioè più di un quarto del valore totale dei prodotti. Con il prevedibile ampliamento delle possibilità di collocazione del prodotto nei Paesi della CEE la floricoltura italiana subirà certamente un ulteriore sviluppo negli anni a venire e rappresenterà sempre più elemento positivo della nostra bilancia dei pagamenti.

Si consideri, inoltre, che la coltura di fiori assorbe forti aliquote di manodopera specializzata e può, pertanto, contribuire alla risoluzione del problema della disoccupazione.

Quanto sopra per sottolineare l'importanza presente e futura della floricoltura ed il fatto che, finora, essa non è stata tenuta nella giusta considerazione. La scarsa attenzione che finora è stata prestata ai problemi della floricoltura appare evidente se si pensa, ad esempio, che, mentre sembrano essere ben presenti al Paese, al Governo, al Parlamento ed agli studiosi i problemi della commercializzazione di altri nostri prodotti agricoli come i prodotti ortofrutticoli, che per molti aspetti sono da assimilare ai prodotti floricoli, i problemi della commercializzazione di questi ultimi prodotti sono stati pressochè ignorati.

Ora, se c'è un settore i cui problemi di commercializzazione appaiono estremamente importanti, e ciò sia per la delicatezza e deperibilità del prodotto sia in relazione alle esigenze di una clientela particolare, è proprio il settore della floricoltura.

La disciplina dei mercati dei fiori è, oggi, ancora regolata dal regio decreto-legge 21 agosto 1937, n. 1982, convertito nella legge 11 aprile 1938, n. 611, contenente norme per la disciplina dei prodotti orto-floro-frutticoli. Mentre per i prodotti ortofrutticoli, così come per i prodotti carnei ed ittici, si

è provveduto a rinnovare ed armonizzare la regolamentazione del commercio all'ingrosso, con la legge 25 marzo 1959, n. 125, i prodotti floricoli sono stati esclusi dalla regolamentazione medesima. La disciplina del commercio all'ingrosso dei prodotti ortofrutticoli stabilita da tale legge prevede, tra l'altro, la possibilità dell'istituzione di mercati ad iniziativa dei Comuni, delle Camere di commercio, industria e agricoltura, di enti e di consorzi aventi personalità giuridica, costituiti dagli operatori economici nei settori della produzione, del commercio e della lavorazione dei prodotti stessi, prevede inoltre la iscrizione dei commercianti dei prodotti stessi in appositi albi, prevede la vigilanza sui mercati di una speciale Commissione provinciale, prevede lo stabilimento di norme regolamentari ministeriali per la classificazione, l'impacco e la marcatura dei prodotti, prevede l'adozione di un regolamento tipo ministeriale al quale i singoli regolamenti dei mercati debbono uniformarsi eccetera. . . . La legge 25 marzo 1959, numero 125, è, in sostanza, l'istrumento idoneo per dare unitarietà di sistema alla vendita all'ingrosso dei prodotti di cui trattasi e garanzia sulle loro qualità e caratteristiche. I mercati dei prodotti floricoli, invece, secondo il citato regio decreto-legge 21 agosto 1937, n. 1982, sono regolati semplicemente nell'ambito ristretto del Comune, senza garanzia per l'adozione di criteri sufficientemente uniformi su scala nazionale e senza la garanzia di sufficienti, ed idonei controlli, promozione e vigilanza su scala provinciale e nazionale.

Non si capisce, veramente, perchè il commercio dei prodotti floricoli sia stato finora così trascurato e non si sia sentita la necessità di assoggettarlo ad una disciplina analoga a quella stabilita per il commercio dei prodotti ortofrutticoli, una volta che lo stabilimento di regole ben precise per la definizione della qualità, per l'imballaggio e per il trasporto dei prodotti floricoli, la costituzione di mercati per mezzo dei quali si possa addivenire a prezzi nazionali pressochè uniformi per qualità e caratteristiche similari della merce e che inoltre pre-

sentino il vantaggio di adeguati e comodi servizi centralizzati, la garanzia di controlli e vigilanza severi, appaiono come elementi oggi indispensabili per l'espansione sempre maggiore dei nostri prodotti floricoli in Italia ed all'estero (soprattutto nei Paesi del mercato comune e per controbattere efficacemente la concorrenza straniera).

Ebbene, il nostro disegno di legge mira appunto a colmare la lacuna di cui trattasi e ad estendere ai prodotti floricoli le norme di cui alla legge 25 marzo 1959, n. 125, sul commercio all'ingrosso dei prodotti ortofrutticoli, delle carni e dei prodotti ittici.

Con l'articolo 1 si dispone l'estensione al commercio all'ingrosso dei prodotti floricoli della disciplina di cui alla legge 25 marzo 1959, n. 125, sul commercio all'ingrosso dei prodotti ortofrutticoli, delle carni e dei prodotti ittici.

Con l'articolo 2 si dispone l'assimilazione, ai fini della estensione di cui sopra, dei prodotti floricoli a quelli ortofrutticoli.

Con l'articolo 3 si esclude l'applicabilità al commercio all'ingrosso dei prodotti floricoli delle norme relative ai prezzi fissati di autorità (comprensibili per i prodotti dell'alimentazione ma non giustificati per prodotti non di prima necessità come quelli della floricoltura) e delle norme relative all'ammissione agli acquisti nel mercato all'ingrosso delle comunità, convivenze, enti comunali e cooperative di consumo (anche qui la natura dei prodotti floricoli non giustifica il trattamento di favore riservato alle suddette comunità eccetera per gli acquisti dei prodotti dell'alimentazione).

Nell'articolo 4 è prevista una delega al Governo per l'attuazione pratica della legge e ciò anche nei riguardi dei mercati floricoli esistenti.

L'articolo 5, infine, è inteso all'abrogazione espressa dalla legge preesistente sui mercati floricoli comunali.

Stante l'evidente utilità del provvedimento proposto per l'economia nazionale in genere ed, in particolare, per il settore direttamente interessato, confidiamo in una sua rapida approvazione.

**DISEGNO DI LEGGE**

## Art. 1.

Le norme di cui alla legge 25 marzo 1959, n. 125, sul commercio all'ingrosso dei prodotti ortofrutticoli, delle carni e dei prodotti ittici sono estese al commercio all'ingrosso dei prodotti della floricoltura.

## Art. 2.

Al fine di cui all'articolo precedente i prodotti floricoli sono assimilati a quelli ortofrutticoli.

## Art. 3.

Non si applicano ai mercati floricoli le norme di cui al n. 2 del quarto comma dell'articolo 3 e del n. 3 della lettera *b*) del primo comma dell'articolo 10 della legge 25 marzo 1959, n. 125.

## Art. 4.

Il Governo è delegato ad emanare entro sei mesi dall'approvazione della presente legge il regolamento per la sua pratica attuazione.

Nel provvedimento delegato sarà prevista l'inclusione di un congruo numero di rappresentanti dei floricoltori nelle Commissioni di cui all'articolo 7 ed all'articolo 14 della legge 25 marzo 1959, n. 125; saranno altresì previsti i termini per l'emanazione del regolamento tipo dei mercati floricoli nonché i termini ed i modi per l'adeguamento della disciplina dei mercati floricoli attualmente esistenti alle disposizioni di cui alla presente legge.

## Art. 5.

Le norme di cui al regio decreto-legge 21 agosto 1937, n. 1982, convertito, con modificazioni, nella legge 11 aprile 1938, n. 611, s'intendono abrogate.