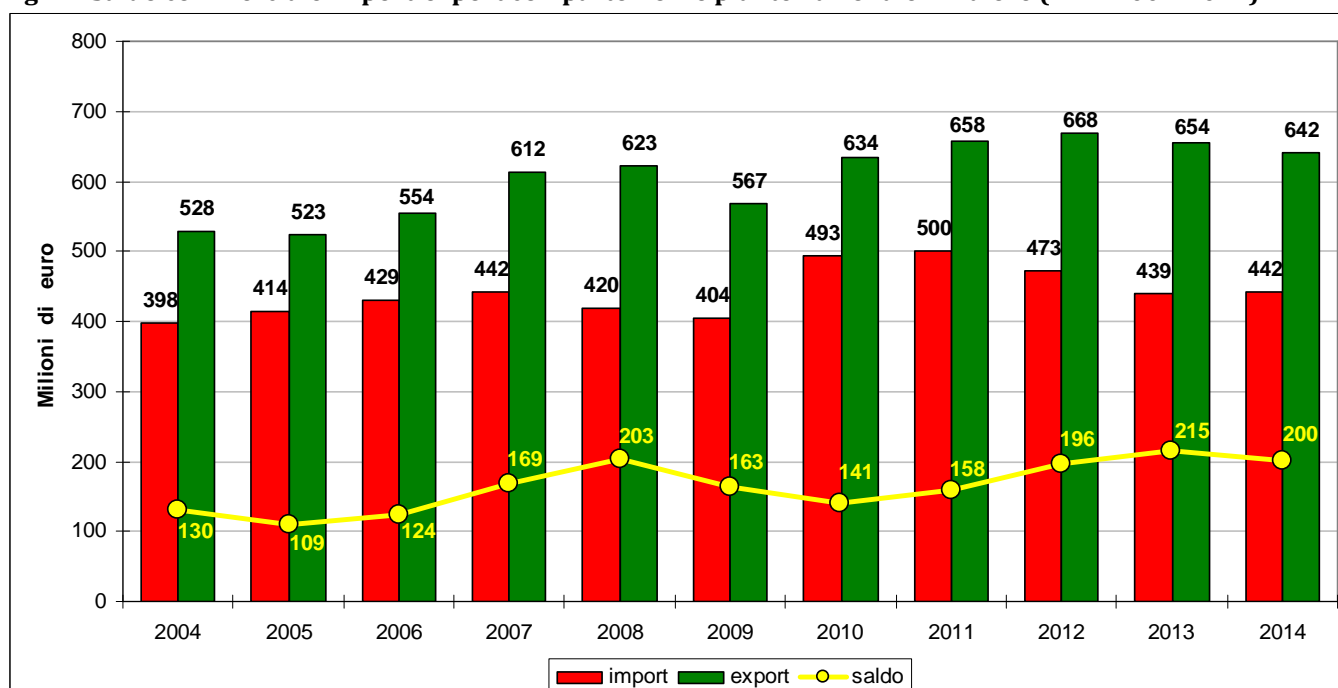


Commercio con l'estero e consumi in Italia

Secondo i dati presenti nella banca dati Coeweb (Istat), l'import/export nazionale di "Piante vive e prodotti della floricoltura" (escluse le merci al di sotto della soglia di assimilazione) ha avuto nel 2014 un **saldo commerciale in valore** (differenza tra valore delle esportazioni e valore delle importazioni) positivo di circa 200 milioni di euro (-7% rispetto al 2013), si tratta di una battuta d'arresto dopo che dal 2010 al 2013 il saldo positivo era continuamente aumentato (fig. 1). Alla formazione del saldo ha contribuito un calo delle esportazioni (642 milioni di euro, -1,8%) a fronte di un leggero aumento delle importazioni (442 milioni di euro, +0,6%).

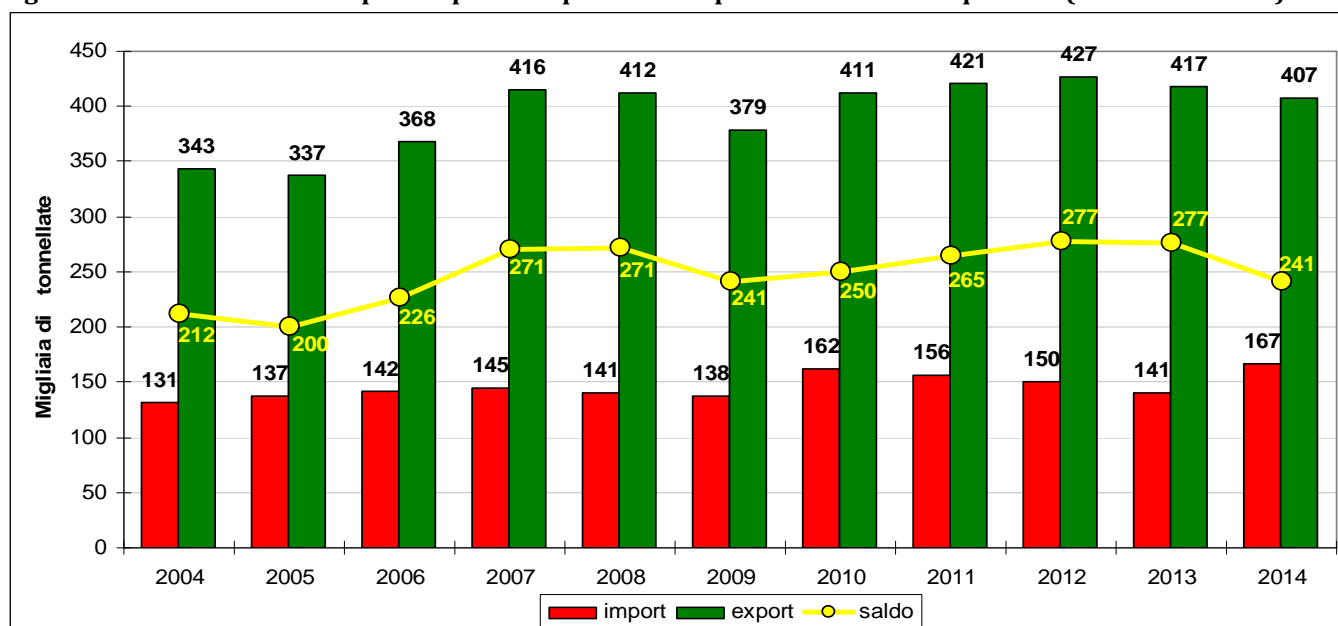
Fig. 1 - Saldo commerciale import-export comparto fiori e piante nazionale in valore (Anni 2004-2014)



Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Istat (banca dati Coeweb).

I dati in **volume** (espressi in termini di peso e non in numero di pezzi) evidenziano un peggioramento del saldo ancora più consistente (-13%), che rimane tuttavia positivo a circa 241.000 tonnellate (fig 2). In termini relativi, si registra nel 2014 un notevole incremento delle quantità importate (+18,5%) e invece una riduzione delle quantità esportate (circa 407 mila tonnellate, -2,45%), che comunque, in termini assoluti sono 2,4 volte superiori a quelle in entrata. Il calo più contenuto del saldo in valore rispetto a quello in volume è giustificato dal fatto che negli ultimi anni è rimasto sostanzialmente stabile il valore di una unità di volume esportata (1,58 euro/kg), mentre è in progressivo calo il valore di una singola unità di volume importata, che nel 2014 è crollato a 2,65 euro/kg (-15% rispetto al 2013), riducendo così il gap tra i due valori.

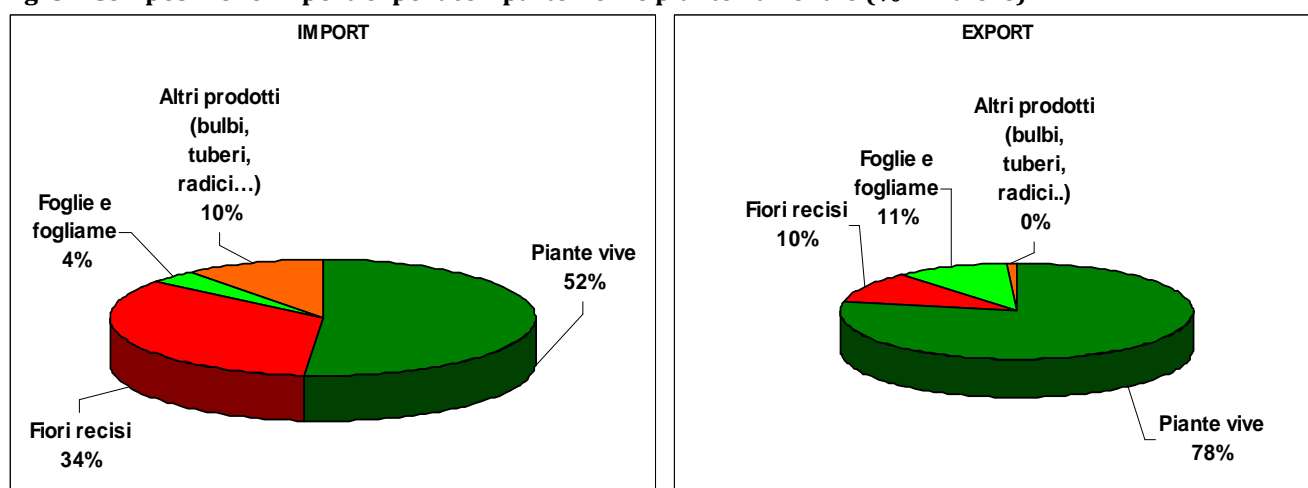
Fig. 2 – Saldo commerciale import-export comparto fiori e piante nazionale in quantità (Anni 2004-2014)



Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Istat (banca dati Coeweb).

I comparti che hanno maggiormente influito sull'**import** di prodotti florovivaistici sono stati, come sempre, quello delle piante vive (circa 227 milioni di euro, 52%), le cui importazioni sono leggermente cresciute (+0,5%) e quello dei fiori recisi (150,5 milioni di euro, 34%), sostanzialmente invariate. Per quanto riguarda l'**export**, il punto di forza del settore nazionale è rappresentato dalle piante vive, con una quota di circa il 78% delle esportazioni italiane in termini di valore (504 milioni di euro, -0,8% su base annua). Segue il comparto delle foglie e fogliame, con una quota di circa l'11% delle esportazioni (68 milioni di euro, -4% rispetto al 2013), contro appena il 4% delle importazioni, a loro volta in calo del 4% (fig 3).

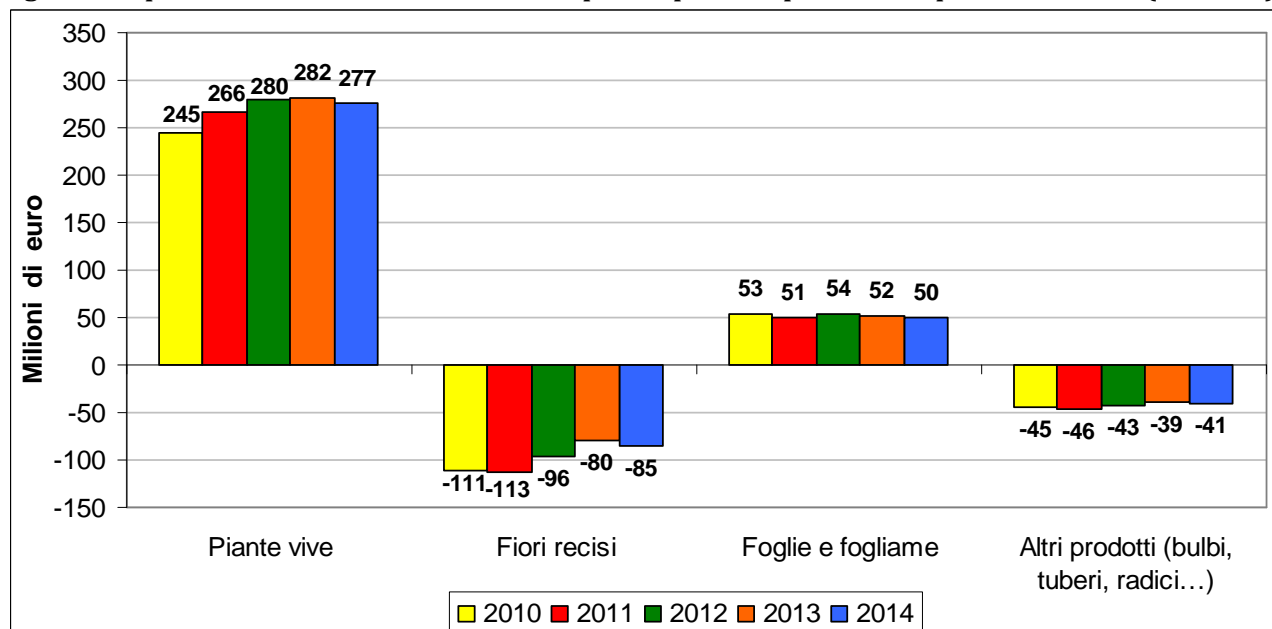
Fig. 3 – Composizione import-export comparto fiori e piante nazionale (% in valore)



Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Istat (banca dati Coeweb).

Il contributo di ciascun comparto nella **composizione del saldo** è ancora più evidente nella figura 4: le piante vive hanno generato nel 2014 un saldo positivo di 277 milioni di euro, in leggero calo, -2%, rispetto al 2013. Positivo è stato anche il comparto foglie e fogliame (50 milioni di euro) con un saldo che però è in ulteriore calo (-4%), mentre sono invece in peggioramento i saldi negativi di fiori recisi (-85 milioni di euro, +6% rispetto al 2013) e di altri prodotti (bulbi, tuberi, radici...), che ha registrato un saldo negativo di circa 41 milioni di euro (+5%).

Fig. 4 – Composizione del saldo commerciale import-export comparto fiori e piante nazionale (in valore)



Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Istat (banca dati Coeweb).

Il **dettaglio regionale** relativo alle **piante vive**, evidenzia per il Veneto un andamento in linea con la tendenza del dato nazionale per quanto riguarda le importazioni (oltre 50 milioni di euro, +8,7%), mentre registra un dato positivo per le esportazioni (22,7 milioni di euro, +15%). Pur tuttavia, il risultato della bilancia commerciale del comparto, evidenzia per il 2014 un ulteriore peggioramento del *saldo negativo* che si porta a circa 28 milioni di euro (+4,3%). A livello nazionale, il saldo positivo scende a 236 milioni di euro (-2,6%), a causa di un calo delle esportazioni registrato dalle principali regioni del comparto: Toscana (182 milioni di euro, -2,2%) e Liguria (66 milioni di euro, -5,2%).

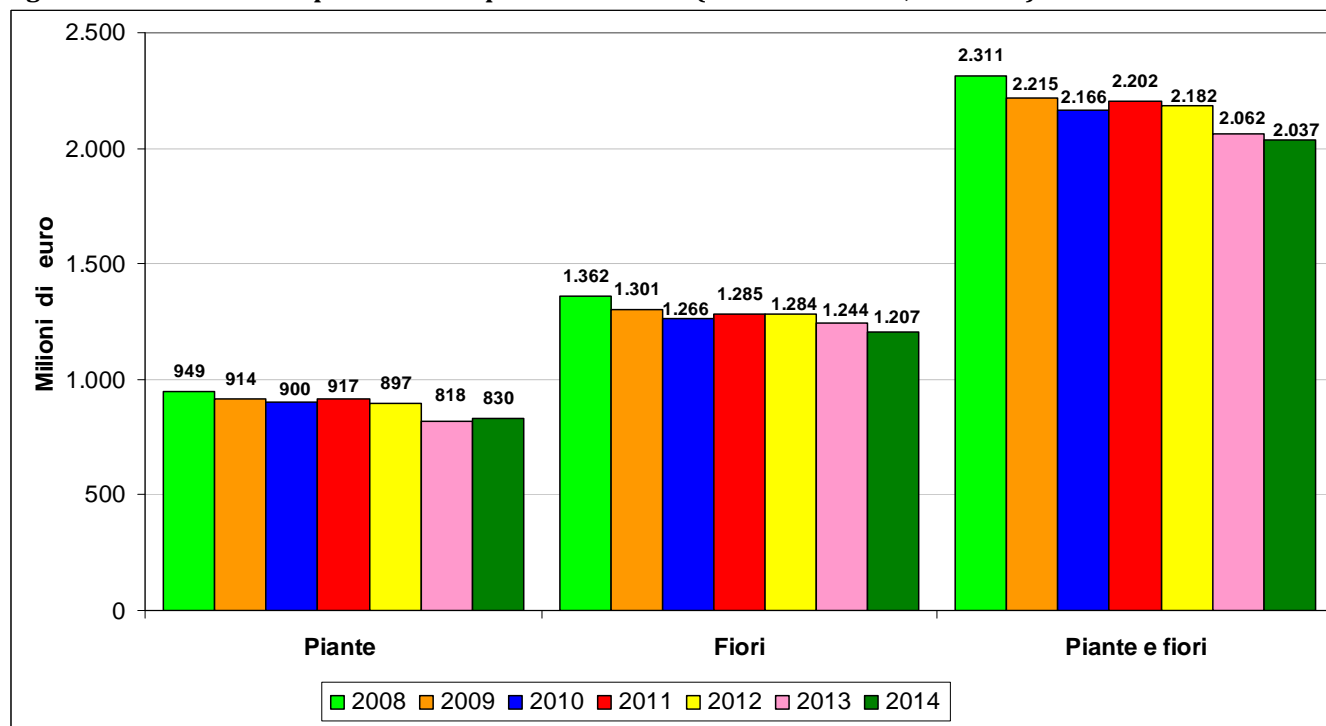
Per quanto riguarda i **consumi nazionali** di piante e fiori, la domanda interna è monitorata e stimata con continuità dall'Ismea. In seguito ad un cambiamento nella metodologia di realizzazione dell'indagine e di raccolta dei dati nel 2013/2014¹, i risultati dell'ultimo biennio non sarebbero confrontabili né con quelli degli anni precedenti né tra di loro. Per ovviare a questo inconveniente, si sono stimati i periodi non rilevati, in modo da poter effettuare comunque un'analisi dei dati.

Nel 2014, quindi, la **spesa complessiva** stimata per prodotti florovivaistici a livello nazionale è stata di 2,037 miliardi di euro (fig. 5), in leggera flessione rispetto al 2013 (-1,2%). Il calo ha riguardato in particolare il consumo di fiori, sceso a 1,2 miliardi di euro (-2,9%), mentre il consumo di piante ha registrato un lieve recupero (830 milioni di euro, +1,5%).

Avendo l'accortezza di tener presente che i risultati possono essere stati in qualche modo influenzati dal cambiamento della metodologia di rilevazione, si evidenzia che, se confrontati con il 2008, l'anno prima della crisi economica che ha interessato anche l'economia nazionale, in cui avevano raggiunto il livello massimo degli ultimi dieci anni, i consumi di fiori e piante sono diminuiti dell'11,8%.

¹ In particolare sono diminuiti o cambiati i periodi di rilevazione e sono stati modificati i questionari di raccolta dati.

Fig. 5 – Evoluzione della spesa in fiori e piante nazionale (Anni 2008-2014, in valore)



Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Ismea.

L'andamento del mercato nel 2014 è stato altalenante: nel confronto periodo su periodo rispetto al 2013, si è registrato prevalentemente un calo della spesa, ad esclusione dei mesi di marzo, aprile e ottobre dove invece la spesa è stata superiore a quella del 2013. Nel primo semestre del 2015, la spesa ha mantenuto il trend registrato negli anni precedenti nei periodi gennaio-febbraio, marzo e maggio, mentre ad aprile ha registrato un calo in controtendenza rispetto al risultato del 2014.

L'indice di penetrazione degli acquirenti nel 2014 si è mantenuto sempre al di sotto dei rispettivi periodi degli anni precedenti, con valori compresi tra 15,3% del mese di aprile e 19,7% del bimestre gennaio/febbraio. Nel 2015 tali valori si sono posizionati su livelli inferiori a quelli del 2014, evidenziando una tendenza, forse influenzata dalla nuova metodologia di rilevazione, ad una sempre più bassa propensione all'acquisto di prodotti florovivaistici.

La spesa media annua, si è mantenuta su valori di 80,7 euro, sostanzialmente invariata rispetto al 2012 (in confronto con il 2013 non è significativo a causa del cambiamento della metodologia di indagine). In particolare, essendo diminuito l'indice di penetrazione degli acquirenti, è cresciuta la spesa media sia in piante, passata da 38,5 a 42,5 euro nel 2014 rispetto al 2013, che soprattutto in fiori, la cui spesa media è salita a 58,7 euro per acquirente, rispetto ai 48,7 euro del 2013. Ovviamente anche la spesa media mensile fa segnare un miglioramento, sia per quanto riguarda i fiori (25,1 euro nel 2014 rispetto ai 23 euro del 2013, +9%), che per le piante (22,5 euro pro-capite rispetto ai 19,7 euro del 2013, +14%).

Il consumo pro-capite, calcolato sul numero totale delle persone appartenenti all'universo indagato (oltre 47 milioni di individui con almeno 18 anni di età) scende leggermente (-0,9%) portandosi a 42,9 euro dai 43,5 euro del 2013.

Analizzando più in dettaglio il profilo degli acquirenti (tab. 1), è interessante notare il suo andamento e come è cambiato nel corso degli anni. Il primo aspetto, legato al sesso, evidenzia come gli acquirenti di prodotti florovivaistici siano sempre meno maschi, la cui quota è scesa al 36% da oltre il 40% e sempre più donne, che costituiscono il 64% degli acquirenti. Distinguendo l'analisi per fasce di età, si registra negli anni una diminuzione della spesa effettuata dagli acquirenti nelle fasce più giovani, fino ai 44 anni (in particolare la quota di acquirenti della fascia di età 25/34 anni, scende dal 18 al 12%), a favore degli acquisti effettuati da acquirenti di 55 anni e oltre, la cui quota passa da 43,9% del 2011 al 50,2% del 2015. Dal punto di vista della condizione economica, diminuiscono gli acquirenti delle fasce di reddito bassa, la cui quota scende da 20,3% del 2011 al

16,4% del 2015, e media (dal 28,4% al 26,9%), mentre al contrario aumentano gli acquirenti delle fasce di reddito medio-basso (33%) e alto (5% del totale), ma soprattutto quelli con un livello di reddito medio-alto (18,7%, +3,7 punti percentuali su base annua). Per quanto riguarda la condizione professionale degli acquirenti, le uniche categorie che aumentano la loro quota di acquisti sono le casalinghe (dal 20,9 al 28% del totale) e in misura meno rilevante i pensionati, la cui quota passa dal 23,7% al 25,9%. Stabili gli acquisti da parte dei lavoratori dipendenti (19,5% del totale), mentre tutte le altre categorie professionali (lavoratori autonomi, operai, in cerca di occupazione o altre situazioni) registrano una flessione degli acquisti.

Tab. 1 - Analisi del profilo degli acquirenti di prodotti florovivaistici: confronto 2011-2015. Dati in %

	Totale Popolazione	2011	2012	2013	2014	2015
SESSO						
Maschi	47,8	40,6	42,2	38,0	34,2	36,0
Femmine	52,2	59,4	57,8	62,0	65,8	64,0
ETA'						
18\24 anni	9,9	5,0	5,4	4,6	4,2	3,8
25\34 anni	18,6	13,7	18,0	14,3	11,8	12,0
35\44 anni	18,4	18,7	18,6	17,3	16,5	15,8
45\54 anni	16,1	18,8	17,2	18,2	18,0	18,3
55 e oltre	37,0	43,9	40,9	45,6	49,4	50,2
AREA GEOGRAFICA						
Nord Ovest	26,9	25,5	29,3	25,8	26,3	22,9
Nord Est+Emilia	19,1	23,1	23,1	24,2	22,1	22,7
Centro+Sardegna	22,4	23,8	22,4	20,8	18,4	21,5
Sud+Sicilia	31,6	27,5	25,2	29,2	33,2	32,9
CONDIZIONE PROFESSIONALE						
Lav. auton.	12,6	12,7	13,4	12,2	10,7	10,3
Lav. dip.	18,2	19,4	20,7	19,0	18,1	19,5
Operaio	15,6	13,9	14,0	12,2	11,6	10,0
Casal.	17,3	20,9	20,0	23,5	27,1	28,0
Pens.	21,4	23,7	22,5	25,8	25,5	25,9
In cerca occup.	6,1	4,7	4,7	3,3	3,6	4,2
Altro	8,8	4,7	4,7	4,0	3,5	2,2
LIVELLO SOCIO ECONOMICO						
Basso	22,0	20,3	19,5	17,8	18,8	16,4
Medio basso	31,0	31,8	31,7	32,5	32,7	33,0
Medio	26,2	28,4	26,8	27,9	27,6	26,9
Medio alto	15,5	15,0	16,7	15,7	15,4	18,7
Alto	5,2	4,6	5,3	6,1	5,4	5,0

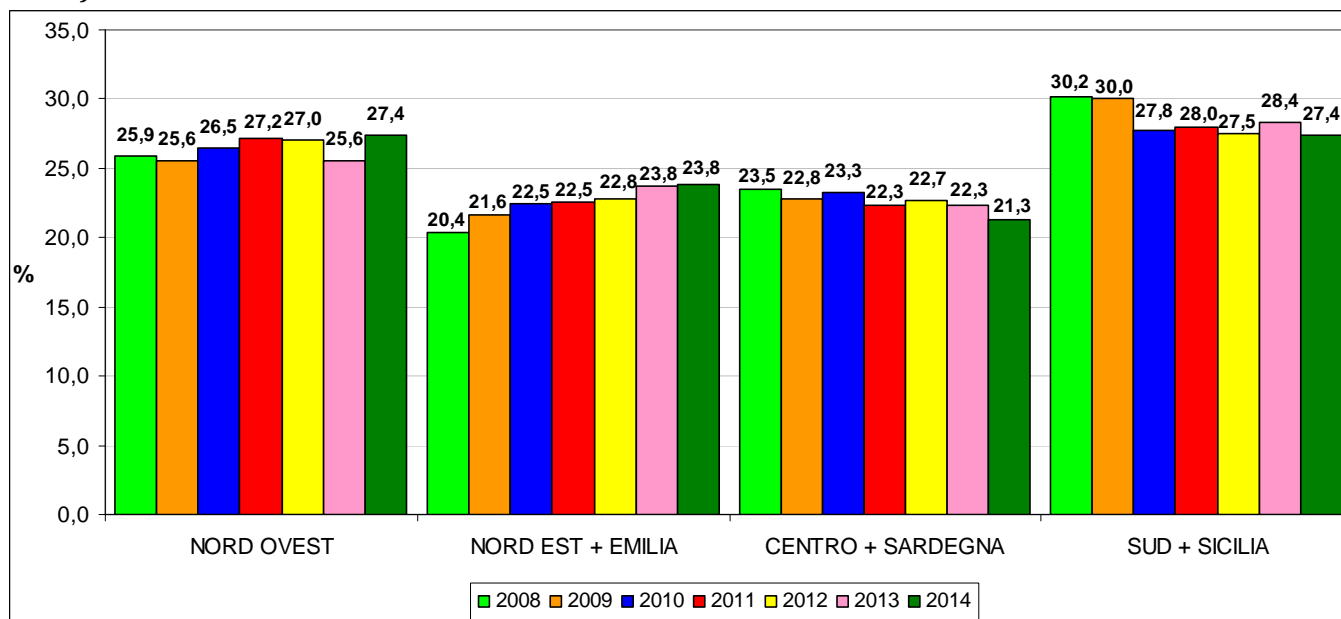
Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Ismea.

Analizzando i dati di **penetrazione di acquisto per area geografica**, si evidenzia che la quota maggiore di acquisti viene effettuata nelle Regioni del Sud e Sicilia (32,9% degli acquirenti) che sono anche l'unica area geografica a registrare un aumento della quota, a scapito delle altre aree, dove invece è in calo rispetto al totale, in particolare nel Nord-Ovest (22,9%).

In termini di **spesa complessiva** (fig. 6), tuttavia, il Sud con la Sicilia presenta un andamento in calo della spesa in termini di valore, la cui quota si attesta a circa 27,4%, esattamente come quella del Nord-Ovest, che presenta però un trend di sostanzialmente aumento del valore della spesa effettuata.

È altrettanto evidente l'andamento crescente registrato negli ultimi anni dalla spesa effettuata nel Nord-Est a scapito di quella effettuata al Centro+Sardegna.

Fig. 6 – Distribuzione della spesa complessiva di fiori e piante per area geografica (Anni 2008-2014, % in valore)

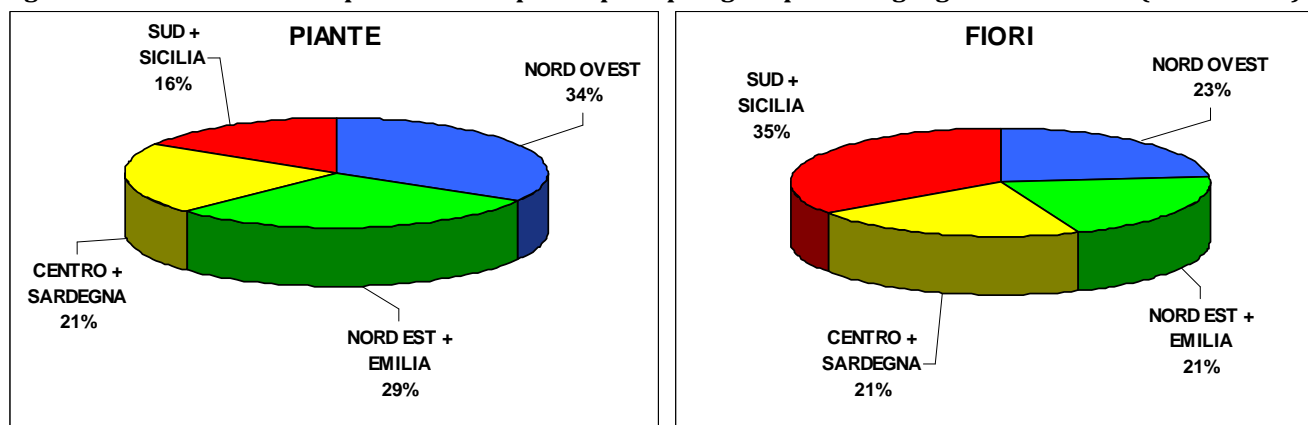


Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Ismea.

Analizzando la spesa per **tipologia di prodotto** emergono delle notevoli differenze (fig. 7). La spesa in **fiori**, che rappresenta il 59,3% della spesa totale del comparto (come detto stimata pari a 1,207 miliardi di euro nel 2014), viene effettuata prevalentemente al Sud+Sicilia, dove si registra sia il maggior numero di acquirenti (44,1%) che la maggior quota di spesa in valore (34,8%), che però negli ultimi anni presenta un trend in leggera diminuzione. Segue per importanza il Nord-Ovest, che con una quota di acquirenti pari alla metà del Sud+Sicilia (22%), realizza oltre il 23% della spesa nazionale, una quota molto altalenante negli ultimi anni. Appare invece più chiaro l'andamento crescente della spesa nel Nord-Est, la cui quota sul totale è passata da una quota del 17% nel 2008 al 20,5% nel 2014, mentre al contrario la spesa del Centro+Sardegna è scesa dal 24,5% al 21,4%.

La spesa in **piante** (stimata a circa 830 milioni di euro), viene invece realizzata maggiormente nelle regioni del Nord-Ovest (31% degli acquirenti nazionali), la cui quota di consumi in valore è in ulteriore aumento a livello nazionale (33,7%) e del Nord-Est+Emilia, che con il 30,5% degli acquirenti realizza il 28,7% della spesa. Entrambe presentano un andamento crescente della loro quota di consumi in valore, mentre al contrario diminuisce l'incidenza sul totale della spesa sia il Centro+Sardegna (21,2%) che, soprattutto, il Sud+Sicilia (16,3%), che perde oltre 5 punti percentuali rispetto al 2008.

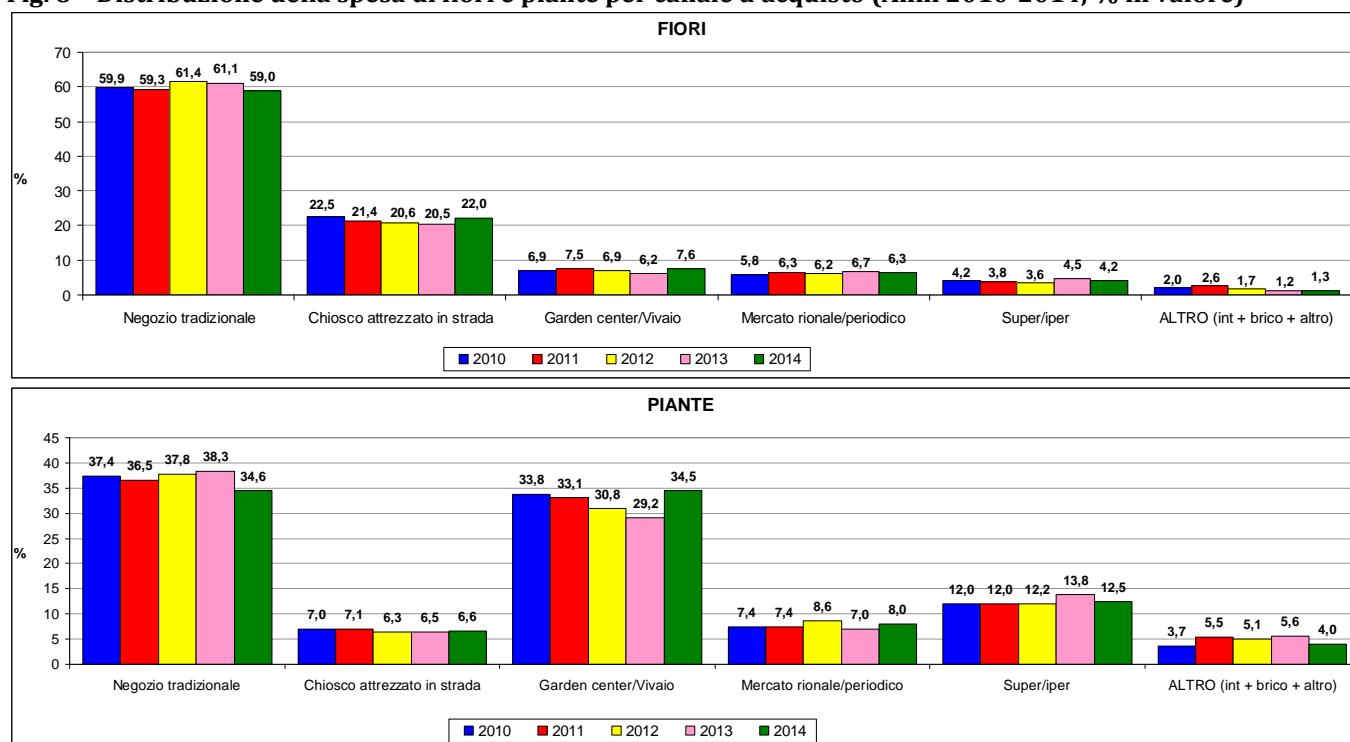
Fig. 7 – Distribuzione della spesa di fiori e piante per tipologia e per area geografica nel 2014 (% in valore)



Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Ismea.

La scelta del **canale di acquisto** (fig. 8), evidenzia una nuova riduzione della spesa effettuata presso il negozio tradizionale, che si conferma comunque il primo canale di vendita per i fiori (59% degli acquisti), a favore degli acquisti effettuati presso chioschi attrezzati in strada (la cui quota passa da 20,5% al 22%) o garden center/vivai la cui quota di spesa risale a 7,6% del totale. La spesa in piante evidenzia invece un'importante variazione in termini di canali di acquisto utilizzati: scende in maniera significativa, infatti, la spesa effettuata presso il negozio tradizionale (34,6%), che viene appaiato in termini di acquisti in valore dal canale garden center/vivaio, la cui quota è risalita da 29,2% a 34,5%. In crescita anche la spesa effettuata nel mercato rionale/periodico, a scapito degli acquisti effettuati presso super/ipermercati (12,5%).

Fig. 8 - Distribuzione della spesa di fiori e piante per canale d'acquisto (Anni 2010-2014, % in valore)



Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Ismea.

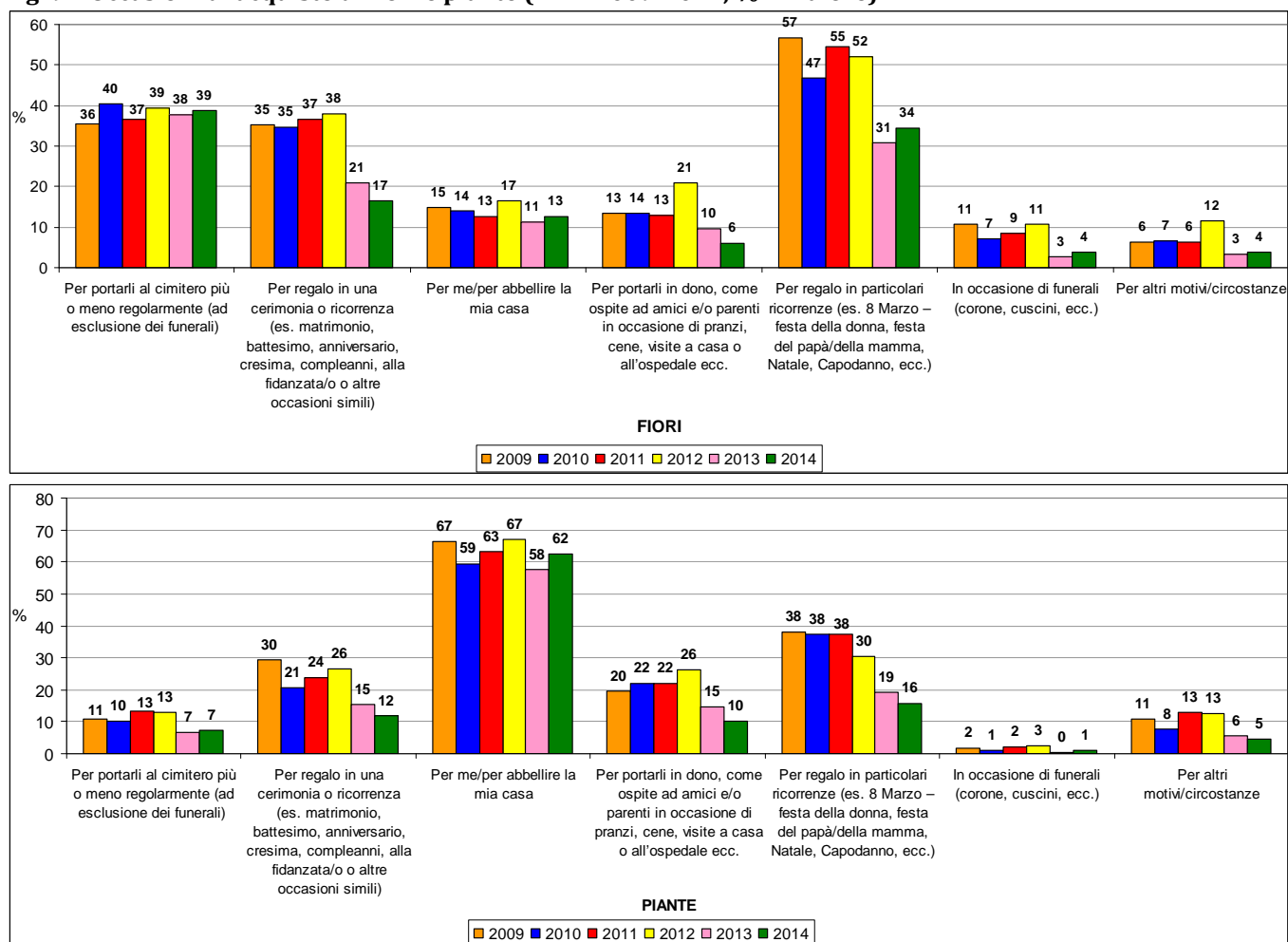
Molto interessante risulta anche l'analisi delle **occasioni d'acquisto** calcolate sul totale degli acquirenti (fig. 9).

Per i *fiori*, il numero medio di occasioni di acquisto per acquirente è di 1,16 sostanzialmente invariato rispetto al 2013, ma in rilevante diminuzione rispetto agli anni precedenti, probabilmente a causa del cambiamento nella metodologia di rilevazione dell'indagine². Probabilmente per lo stesso motivo, l'occasione di acquisto più frequente è per portarli in cimitero più o meno regolarmente (39%), mentre crolla l'occasione di acquisto rappresentata dalle particolari ricorrenze (San Valentino, festa della donna,...), utilizzata dal 34% degli acquirenti rispetto al 52% del 2012. Scendono di molto anche la percentuale di coloro che dichiarano di acquistare fiori per regalarli in occasione di una cerimonia o ricorrenza (es. matrimonio, battesimo, anniversario, compleanni,..) o per portarli in dono come ospite ad amici e/o parenti, mentre rimane sostanzialmente sugli stessi livelli per le altre occasioni di acquisto.

Anche il numero medio di occasioni di acquisto di *piante* per acquirente scende notevolmente, portandosi a 1,13. Il primo motivo di acquisto rimane l'abbellimento della casa (62%), che incrementa la propria quota rispetto al 2013, mentre diminuisce sensibilmente la percentuale di coloro che le regalano in particolari ricorrenze (8 marzo, festa della mamma,...), motivazione indicata dal 16% degli acquirenti, o che le regalano in una cerimonia o ricorrenza (es. battesimo, anniversario,..) o per portarli in dono come ospite.

² Anche Ismea, che ha realizzato l'indagine è molto cauta nell'esprimere considerazioni su questo punto, in quanto le indicazioni che emergono sono difformi tra le diverse occasioni di acquisto rendendo non univoca la valutazione complessiva.

Fig. 9 – Occasioni di acquisto di fiori e piante (Anni 2009-2014, % in valore)



Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Ismea.

In **conclusione**, prima di tutto va ancora una volta sottolineato che *l'analisi dei dati sui consumi* raccolti da Ismea risulta influenzata dal cambiamento della metodologia di indagine, che ha reso necessaria la stima di alcuni dati e valori che negli anni precedenti venivano invece rilevati.

Cosa evidenziare in sintesi: certamente l'ulteriore riduzione della spesa complessiva di prodotti florovivaistici, nonostante la nota positiva della lieve ripresa dei consumi di piante. Di particolare importanza il dato riguardante la continua riduzione dell'indice di penetrazione degli acquirenti, certamente controbilanciato da un aumento della spesa media pro-capite, ma soprattutto le variazioni riguardanti il profilo degli acquirenti e la distribuzione geografica della spesa. Degno di nota il fatto che, mentre aumenta il numero di acquirenti delle Regioni del Sud+Sicilia, contestualmente vi sia una progressiva riduzione della quota di spesa realizzata in questa area geografica e anche in quella del Centro+Sardegna, a favore di un andamento crescente della spesa effettuata nelle regioni del Nord. Significativo inoltre che siano sempre più le femmine i principali acquirenti di fiori e piante e le persone di oltre 55 anni, la cui quota costituisce ormai il 50% degli acquirenti a scapito di quelli di altre fasce di età più basse. Da sottolineare anche il continuo aumento degli acquirenti delle categorie casalinghe o pensionati e, dal punto di vista socio-economico, di quelli con reddito medio-alto o medio-basso (anche se in misura meno significativa), a scapito delle categorie intermedie o con un basso livello socio-economico.

Tra i canali di acquisto, mentre il negozio tradizionale "tiene" ancora come principale canale utilizzato per l'acquisto di fiori, seppur con una leggera flessione, seguito dal chiosco attrezzato in strada, per quanto riguarda le piante crescono fortemente le vendite in garden center/vivaio, a scapito delle vendite nei negozi specializzati ma anche degli iper/supermercati.

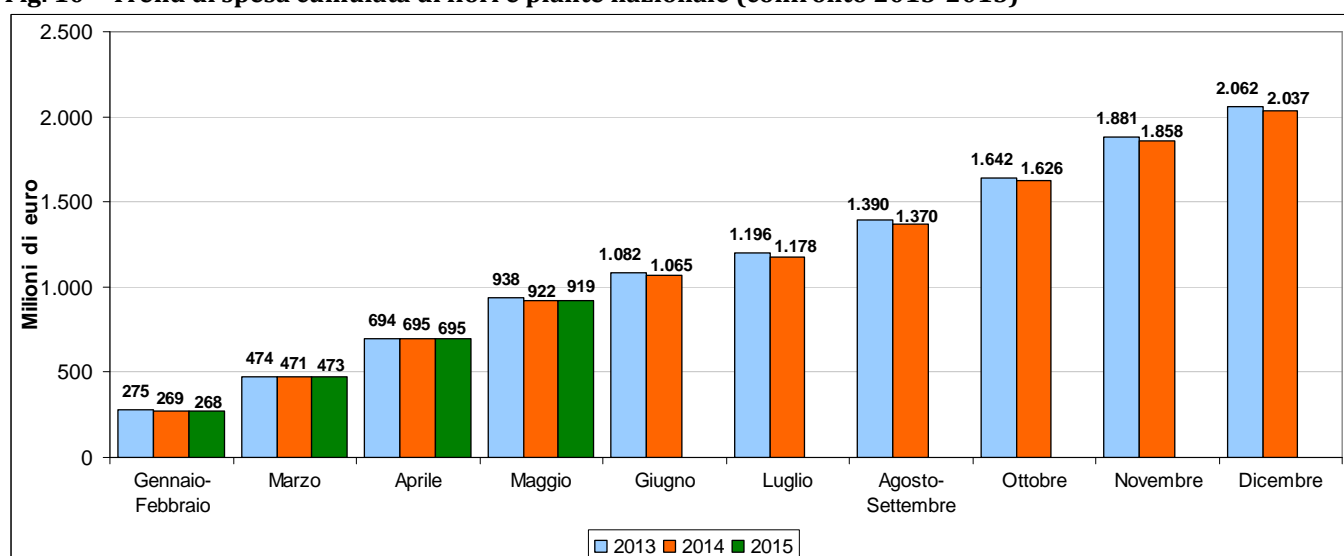
Da evidenziare, infine, per quanto riguarda le occasioni di acquisto, la sensibile diminuzione degli acquisti per regalare fiori e/o piante in particolari ricorrenze (ad es. 8 marzo, festa della

mamma,...), o in particolari cerimonie (matrimonio, anniversari,...) o per portarli in dono in occasione di pranzi, cene...Rimane invece, come principale, la motivazione di acquisto di fiori per portarli in cimitero e di piante per abbellire la casa.

In base all'ultimo aggiornamento riferito al **primo semestre 2015** (fig. 10), l'andamento della spesa cumulata in fiori e fronde, piante, alberi e arbusti in *Italia* si attesta nel complesso a circa 919 milioni di euro, sostanzialmente sugli stessi livelli del 2014 (-0,4%). Si stima una stabilità della spesa in fiori rispetto allo stesso periodo del 2014 (circa 510 milioni di euro), mentre la spesa in piante viene prevista in leggero calo a circa 408,5 milioni di euro (-1%).

Per quanto riguarda il **Nord-est**, i dati dei primi mesi 2015 evidenziano una situazione in linea con il dato nazionale, con una spesa complessiva che viene stimata a circa 223,5 milioni di euro, invariata rispetto al 2013. Tuttavia, tale situazione è il risultato di una dinamica contrapposta: infatti, mentre la spesa in piante registra un calo del -1,7% (circa 120 milioni di euro), una flessione leggermente più alta del dato nazionale, il valore degli acquisti di fiori è salito in maniera più consistente, attestandosi a circa 104 milioni di euro (+1,9%).

Fig. 10 - Trend di spesa cumulata di fiori e piante nazionale (confronto 2013-2015)



Fonte: elaborazione Veneto Agricoltura su dati Ismea.

REDAZIONE

**Il prossimo numero è previsto
in uscita a febbraio 2016.**

**Tema monografico
"Andamento congiunturale
2015 del comparto
florovivaistico veneto"**

Publicazione curata da Veneto Agricoltura
Settore Economia, Mercati e Competitività
Viale dell'Università, 14 - Agripolis
35020 Legnaro (Padova)
Tel. 049. 8293711 - Fax 049.8293815
Sito internet: www.venetoagricoltura.org
E-mail: studi.economici@venetoagricoltura.org
Rif. Alessandro Censori e Renzo Rossetto,
Chiuso in data 10 novembre 2015

E' consentita la riproduzione di testi, tabelle, grafici ecc. previa autorizzazione da parte di Veneto Agricoltura, citando gli estremi della pubblicazione.

Il Rapporto è pubblicato sul sito internet di Veneto Agricoltura:

www.venetoagricoltura.org >> economia e mercato >> newsletter

Per ricevere il rapporto via e-mail scrivi a: renzo.rossetto@venetoagricoltura.org